

Научный совет РАН по исторической демографии и исторической географии
Институт российской истории РАН
Институт истории и археологии УрО РАН
Институт языка, литературы и истории Коми НЦ УрО РАН

ИСТОРИЧЕСКАЯ ДЕМОГРАФИЯ

Выпуск 2

Москва–Сыктывкар 2007

Историческая демография. – Москва–Сыктывкар, 2007. – Выпуск 2. – 162 с.

В выпуске публикуется часть материалов Второй Всероссийской конференции по исторической демографии, состоявшейся в Сыктывкаре в августе 2007 г.

Редакционная коллегия

Ю.А.Поляков (главный редактор, Москва), И.Л.Жеребцов (зам. главного редактора, составитель, Сыктывкар), В.Б.Жиромская (зам. главного редактора, Москва), А.С.Сенявский (зам. главного редактора, Москва), Е.Н.Рожкин (отв. секретарь, Сыктывкар), Ю.В.Аргудяева (Владивосток), Г.Е.Корнилов (Екатеринбург), Е.Ф.Кринко (Ростов-на-Дону), В.И.Меньковский (Минск), В.П.Мотревич (Екатеринбург), С.А.Прокопенко (Ульяновск), Л.Л.Рыбаковский (Москва), В.А.Семенов (Сыктывкар), В.В.Фаузер (Сыктывкар), И.Б.Циркунов (Мурманск)

Издание подготовлено при поддержке программы фундаментальных исследований Президиума РАН «Адаптация народов и культур к изменениям природной среды, социальным и техногенным трансформациям».



- © Научный совет РАН по исторической демографии и исторической географии, 2007
- © Институт языка, литературы и истории Коми НЦ УрО РАН, 2007
- © Авторский коллектив, 2007
- © И.Л.Жеребцов, сост., 2007

Теория и практика исследований кредитного поведения населения**

Настоящий бум в России переживает сегодня потребительское кредитование граждан. Согласно опросу ВЦИОМа, четверть россиян брала в последнее время кредиты в банках, а в Москве и Петербурге – половина [Потребительское кредитование, 2006]. По другим данным, за последние два-три года потребительскими или банковскими кредитами пользовались более трети (39%) россиян; чаще прочих – это люди молодого и среднего возраста и лица с доходом более 3000 руб. на человека (примерно по 50%), реже – жители сел (32%), и, что любопытно, москвичи (31%). Почти две трети россиян за последнее время не имели дела с кредитами. Самыми распространенными сегодня являются кредиты на покупку бытовой техники и других товаров, предоставляемые магазинами, ими пользовались 32% россиян, 9% брали кредиты на неотложные нужды. Другие виды кредитования менее распространены. Так, автокредитом пользовались 2% опрошенных, ипотекой, кредитами на образование и на развитие бизнеса – по 1% россиян [Преснякова, 2006].

По данным опроса 2007 г., 35% россиян за последние два-три года брали кредит в банке или покупали товары в кредит, 64% за этот период кредитами не пользовались. Чаще прочих пользуются кредитами респонденты молодого и среднего возраста, граждане со средним специальным и высшим образованием, люди с относительно высокими доходами. Доля граждан, заявляющих, что они пользовались кредитами в последние два-три года, по сравнению с прошлым годом незначительно уменьшилась (на 4 п.п.). Среди пользовавшихся кредитами более половины (по России в целом 20%) пока еще продолжают выплачивать свою задолженность, остальные (15% по выборке) ее уже погасили. При этом большинство заемщиков, по их словам, никогда не задерживали выплаты (29%), и только 6% – задерживали [Преснякова, 2007].

В мировой практике предоставления кредитных (микрофинансовых) услуг выделяют четыре категории институциональных поставщиков: коммерческие банки, специализированные МФО, созданные по типу неправительственных и некоммерческих организаций, членские организации (например, сельские кооперативы и кредитные союзы) и государственные фонды.

В течение последних пяти лет наблюдается резкий рост числа городских и сельскохозяйственных кредитных кооперативов, а также численности их членов, особенно на юге России. Причем этот быстрый рост происходит вопреки отсутствию целостной нормативно-правовой базы регулирования деятельности кредитных кооперативов и ограниченному доступу к кредитным ресурсам, который они испытывают. Однако, несмотря на высокую динамику роста микрофинансового сектора в России, он находится на раннем этапе своего развития. Существующих масштабов деятельности микрофинансовых институтов недостаточно для институционального развития микробизнеса.

В то же время способность российского банковского сектора обслуживать субъекты малого предпринимательства до сих пор остается весьма низкой. Финансовое посредничество продолжает оставаться на низком уровне, при этом особый дефицит финансовых услуг наблюдается в сельских районах. Свыше 80% всех банковских активов страны сконцентрировано в Москве и Московской области. Несмотря на это Сбербанк России, на который приходится 70% вкладов физических лиц, продолжает «уходить» из убыточных сельских районов и небольших городов [Луков, 2007, с. 15-16].

Не панацеей, но частичным решением задач микрофинансирования и, в первую очередь, сельских жителей могли бы стать кредитные потребительские кооперативы граждан (КПКГ). Сейчас уже подзабылось, что рынок потребительского кредитования – один из самых молодых в России: он появился в начале 2002 г., а в 2004 г. начали говорить о том, что грядет бум потребкредитования. Если бумом можно называть удвоение объемов потребительского кредитования, то он за два года произошел. По данным Центробанка, к началу 2005 г. объем потребительских кредитов составил 618,9 млрд. руб., а уже через год он вырос до 1,2 трлн. руб. (около \$40 млрд.) [Козулькова, 2006].

Правовым полем или основанием для деятельности кредитных потребительских кооперативов граждан стал Федеральный закон «О кредитных потребительских кооперативах граждан» № 117 от 7 августа 2001 г. (в ред. Федерального закона от 03.11.2006 № 183-ФЗ). В Законе прописано, что кредитный потребительский

*Фаузер Виктор Вильгельмович (Сыктывкар) – доктор экономических наук, профессор, заведующий отделом социально-экономических проблем ИСЭиЭПС Коми НЦ УрО РАН, заведующий кафедрой менеджмента СыктГУ; Макарова Валентина Николаевна – соискатель кафедры менеджмента СыктГУ.

**Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант № 06-02-00228а «Формирование человеческих ресурсов топливно-энергетического комплекса северного региона с учетом демографической динамики».

кооператив граждан – потребительский кооператив граждан, созданный гражданами, добровольно объединившимися для удовлетворения потребностей в финансовой взаимопомощи. Кредитные потребительские кооперативы граждан могут создаваться по признаку общности места жительства, трудовой деятельности, профессиональной принадлежности или любой иной общности граждан (ст. 4 п. 1). Число членов кредитного потребительского кооператива граждан не может быть менее чем пятнадцать и более чем две тысячи человек (ст. 4 п. 2). Основными принципами деятельности кредитных потребительских кооперативов граждан являются: добровольность вступления в кредитный потребительский кооператив граждан; свобода выхода из кредитного потребительского кооператива граждан независимо от согласия других членов кредитного потребительского кооператива граждан; равенство прав и обязанностей всех членов кредитного потребительского кооператива граждан независимо от размеров паевых взносов при принятии решений; личное участие членов кредитного потребительского кооператива граждан в управлении кредитным потребительским кооперативом граждан (ст. 5). Закон определяет нижнюю возрастную границу членов кооператива: членами кредитного потребительского кооператива граждан могут быть граждане, достигшие возраста шестнадцати лет (ст. 6) [О кредитных потребительских, 2001, с. 2].

По мере развития финансового рынка Министерство финансов России, руководители потребительских союзов (кооперативов) стали осознавать, что указанный закон не отвечает реалиям сегодняшнего дня. Поэтому Минфин России совместно с заинтересованными министерствами и ведомствами начали подготовку двух законопроектов – «О микрофинансовых организациях» и «О внесении изменений в Федеральный закон «О кредитных потребительских кооперативах граждан».

Следующим шагом по улучшению ситуации с микрофинансированием становится приказ Министерства финансов Российской Федерации от 11 мая 2006 г. за № 147 «Об образовании Межведомственного Совета по разработке проекта Федерального закона «О микрофинансовых организациях». В Совет вошли представители Минфина РФ, Министерства экономического развития и торговли РФ, Министерства сельского хозяйства РФ, Центрального банка РФ, Федеральной службы по финансовым рынкам; Президент Ассоциации кредитных союзов Карелии, Председатель Совета Ассоциации Кредитных Союзов Кузбасса, Президент Южно-Российской Ассоциации Кредитных Кооперативов, исполнительный вице-президент по правовым вопросам Ассоциации российских банков, Генеральный директор союза некоммерческих саморегулируемых организаций финансовой взаимопомощи «Лига кредитных союзов», вице-президент Ассоциации региональных банков, директор Российского микрофинансового центра, члены Межрегионального общественного движения «Кредитная кооперация» и ряд других структур.

Концепцией законопроекта «О микрофинансовых организациях» предусматривается, что его действие будет распространяться на некоммерческие организации, созданные как общества взаимного кредитования в форме некоммерческих партнерств, государственные и муниципальные фонды, автономные некоммерческие организации и учреждения, а также на потребителей (физических и юридических лиц, индивидуальных предпринимателей) услуг, оказываемых некоммерческими микрофинансовыми организациями.

Принятие закона позволит устранить существующие пробелы законодательства, придать микрофинансовому сектору более динамичные темпы развития, а в результате – способствовать развитию малого предпринимательства и, в конечном счете, преодолению уровня бедности, обеспечению устойчивых темпов экономического роста и преодолению региональных различий в уровнях валового регионального продукта и занятости.

Учитывая специфику клиентской базы МФО (это субъекты малого предпринимательства, а также граждане, ведущие личные подсобные хозяйства или желающие организовать собственное дело, садоводческие, огороднические и дачные некоммерческие объединения граждан и другие категории граждан и их объединения), принятие закона облегчит им доступ к финансовым и дополняющим их социальным услугам, позволит сгладить социальную напряженность в обществе, будет способствовать обеспечению занятости.

Концепция законопроекта «О внесении изменений в Федеральный закон «О кредитных потребительских кооперативах граждан» внесет изменения в действующее законодательство на основе международного опыта и практики функционирования аналогичных систем в мире и с учетом российских правовых условий и фактического состояния данного сегмента рынка. Предусматривается возможность создания кредитных потребительских кооперативов на региональном (второго) и на федеральном (третьего) уровнях.

Предполагается, что с его принятием доверие к кредитному потребительскому кооперативу граждан возрастет, защита интересов и прав их членов увеличится, услуги КПКГ будут развиваться более динамично, и сформируется система контроля со стороны государства за их деятельностью и за соблюдением установленных нормативов.

Реализация предусмотренных законопроектом изменений обеспечит общее совершенствование институциональных условий для развития деятельности кредитных потребительских кооперативов в РФ, приведет к развитию инфраструктуры финансового рынка, создаст механизмы привлечения частного капитала в данный сектор рынка, что приведет к существенному росту объемов финансирования населения и развитию отдельно-

го сегмента финансового сектора, необходимого для поддержки малого предпринимательства. Так что ситуация в данной сфере в ближайшее время изменится кардинально и в лучшую сторону [Луков, 2007, с. 16-17].

Понимая актуальность этого вопроса, в 2005 г. Государственный Совет Республики Коми принял закон «О целевой республиканской программе «Развитие и поддержка малого предпринимательства и потребительской кооперации в Республике Коми на 2006–2008 годы». В Программе предусмотрены реализация действующих и внедрение новых мер, направленных на формирование механизмов, облегчающих доступ субъектов малого предпринимательства к финансовым ресурсам, сделан особый акцент на мероприятия, способствующие решению проблем получения кредитных ресурсов, развитию альтернативных форм финансирования малого бизнеса (финансовая аренда (лизинг), микрокредитование). Одна из мер поддержки – субсидирование за счет средств республиканского бюджета части затрат по уплате процентов по займам, привлеченным субъектами малого предпринимательства в кредитных потребительских кооперативах граждан [Истиховская, 2007, с. 1-2].

Развитие потребительской кооперации имеет в России непростую историю. Российские кредитные кооперативы (как городские, так и сельские), насчитывавшие в 1916 г. около 14 млн. пайщиков, в советский период прекратили свое существование в качестве независимых юридических лиц. Они были преобразованы в кассы взаимопомощи, которые уже не функционировали как самостоятельные общинные организации. Управление их деятельностью осуществлялось государственными предприятиями или организациями, а также профсоюзами, предоставлявшими кассам дотации на возмещение текущих затрат. Лица, вносившие деньги в кассу взаимопомощи, не получали за это никакого вознаграждения, а те, кто брали займы, не выплачивали проценты.

В начале 1990-х гг. вновь стали возрождаться членские кредитные организации в своем первоначальном виде, когда собственниками и руководителями этих организаций являлись пайщики. Несмотря на ускоренный рост в последние пять лет, сектор кредитных кооперативов по-прежнему остается небольшим, о чем говорит степень «проникновения» кооперативных финансов в экономику страны – намного ниже 1 %.

Что касается сельской кредитной кооперации, лишь один из тысячи сельских жителей является членом кредитного кооператива, а средний объем кредита в расчете на одного селянина составляет менее одного доллара в год. Однако, несмотря на медленные темпы роста на начальном этапе развития, в последние несколько лет в данном секторе наблюдается существенный рост, хотя и с очень низкой начальной отметки. С 1998 г. число сельских кредитных кооперативов выросло в 16 раз, а членство в них – в 84 раза [Луков, 2007, с. 16].

Финансовое поведение граждан в Советском Союзе на протяжении многих десятилетий было достаточно очевидным и легко предсказуемым. Имевшая место в стране ситуация товарного дефицита не позволяла населению в полной мере реализовывать свои потребности в товарах и услугах, поэтому значительная часть сбережений была вынужденной. Выбор инструментов для их осуществления был крайне ограничен – наличные рубли и Сбербанк. Кредитная система также была недостаточно развита: предприятия через профсоюзные кассы взаимопомощи предлагали своим сотрудникам беспроцентные ссуды, материальную помощь. Следствием всего этого являлся недостаток финансового опыта у основной массы граждан.

Ситуация резко изменилась в 1990-х гг. с началом в России экономических реформ. У россиян появилась возможность свободно покупать и продавать иностранную валюту, ценные бумаги, вкладывать деньги в коммерческие банки. Актуальными стали проблемы эффективности и безопасности вложений. Одновременно увеличилась потребность в кредитах [Стребков, 2004; Социолог. исслед., 2004, с. 51].

Сегодня практически во всем мире, и особенно в высокоразвитых государствах, прослеживается достаточно четкая тенденция перехода от кредита как средства достижения определенной цели (покупки автомобиля, оплаты обучения и т.п.) к формированию особого стиля жизни, который определяет, конституирует наши потребительские нужды. В российском обществе эта тенденция также становится заметна. Кредитная культура отчасти формирует новую этику российской действительности – этику опережающего потребления.

Среди основных аспектов кредитования населения, которые исследуются западными учеными, чаще всего фигурируют общий объем долга семьи, наличие отдельных долгов у каждого из супругов, количество кредитных карточек, доля средств, уходящих на ежемесячное погашение долга. Важным вопросом является исследование кризисного долга, т.е. ситуации, в которой индивид или домохозяйство не в состоянии вовремя расплатиться по счетам, задолженность нарастает как снежный ком, и оно вынуждено объявить себя банкротом.

В России подобные исследования до сих пор достаточно редки. В российской практике при изучении финансового поведения населения основной акцент делается в первую очередь на изучении сберегательного и инвестиционного потенциала граждан. Между тем, актуальность рассмотрения различных аспектов кредитования в нашей стране становится все более очевидной. За последние годы произошло немало перемен: рост реальных доходов граждан, оптимистических настроений, усиление ощущения экономической и политической стабильности, уверенности в завтрашнем дне. Существенно расширилось и по объему, и по ассортименту предложение дорогостоящих товаров и услуг на рынке. Открываются новые торговые центры, расширяются

торговые сети, развивается Интернет-торговля. Это все обусловило то, что различные аспекты финансового поведения населения с середины 1990-х гг. становятся предметом междисциплинарных исследований: экономистов, социологов, психологов.

В то же время резкий рост предложения кредитных услуг обусловлен не только институциональными изменениями в экономике и кредитно-финансовой сфере, но и тем, что гораздо более важно, постепенным изменением у людей ценностно-нормативных установок по отношению к долгу и кредиту [Стребков, 2007, с. 52-53]. Сделаем здесь два пояснения. В экономической науке под кредитом понимается экономическая сделка, при которой один партнер предоставляет другому денежные средства или имущество на условиях срочности, возвратности и платности [Финансово-кредитный, 2004, с. 440]. Долг – это экономическая категория, отражающая отношения различных субъектов по поводу возникновения задолженности одной стороны перед другой и своевременного ее погашения в оговоренные сроки и в оговоренной форме [Финансово-кредитный, 2004, с. 292].

В социологической и экономической практике накоплен определенный опыт изучения кредитного поведения населения. Приведем те исследования, где на наш взгляд затронуты демографические характеристики населения и их влияние на кредитное поведение граждан.

В июне 1995 г. сектором экономической социологии ИЭ РАН было проведено исследование, цель которого состояла в анализе поведения средних слоев населения в области личных сбережений, а также в выявлении мотивов этого поведения. Исследование базируется на данных социологического опроса руководителей, специалистов и рабочих, проведенного более чем на 60 (преимущественно промышленных) предприятиях трех городов России – Москвы, Нижнего Новгорода и Иванова. Всего опрошено 303 респондента. Данный опрос был повторным. Годом ранее, в июне 1994 г., проводилось аналогичное обследование по тем же выборкам. Достижимая сопоставимость основных параметров выборки позволила в ряде случаев оценивать динамику отдельных процессов.

По данным опроса, в течение последнего года откладывали деньги примерно 40% опрошенных (год назад эта доля была несколько большей), в том числе только каждый шестнадцатый делал это регулярно, а каждый третий – лишь время от времени (в 1994 г. – 8,6 и 37,3% соответственно). Не удавалось откладывать денежные средства более чем половине респондентов – 60,8% (54,1% в 1994 г.). Имеют денежные сбережения в настоящее время, судя по ответам, чуть более трети – 37,7%, не имеют таковых – 62,3%.

Итак, в структуре работающего населения можно выделить две неблагоприятные группы, охватывающие в целом до 60% опрошенных. Первая группа («несберегатели») включает респондентов, у которых явно отсутствуют и сбережения, и сберегательная активность (20-25%). Вторая группа («полусберегатели»), охватывающая около 35-40%, близка к «несберегателям». Но что касается их положения, то здесь все же существуют определенные сомнения: они могут иметь некие сбережения. Оставшиеся 40% заявили о наличии у них сбережений и совершении сберегательных действий. Здесь мы тоже не можем говорить об однородной группе и не должны рассматривать их сбережения как однородную массу. Следует не только оценивать размеры этих сбережений, но, что более важно, анализировать то, какие функции они выполняют, какие побудительные мотивы за ними скрываются.

Рассмотрим два принципиальных, как нам кажется, функциональных различия. Первое: сбережения могут обслуживать как долгосрочные, так и краткосрочные интересы населения. Второе: сбережения могут выступать как инструмент экономического выживания или как средство обеспечения социального комфорта. От того, какие функции будут реализовывать сберегательные действия населения, зависит очень многое.

Что можно отнести к долгосрочным интересам? Это – обеспечение себя качественным жильем, включая его покупку, строительство и ремонт некосметического характера; поддержание и улучшение здоровья, достигаемое посредством отдыха и лечения; развитие своего дела; забота о собственной старости и пенсионном обеспечении; забота о детях и внуках, включая оплату их образования и завещание им приличного наследства; наконец, вложения с целью получения дополнительного дохода в отдаленной перспективе. В свою очередь, обеспечение краткосрочных интересов включает: оказание поддержки родственникам и близким; своевременное возвращение долгов; покупку необходимых вещей; наличие минимальных резервных средств для текущих нужд; празднование особых событий.

Оценим второе функциональное разделение (выживание или комфорт). Когда мы говорим о части сбережений, используемой для обеспечения социально-экономического комфорта, то имеем в виду не просто гедонистические потребности и элементарные удобства, а то, что можно несколько расплывчато назвать «достойной», уважаемой жизнью. Это означает снятие текущего бытового напряжения благодаря наличию необходимых денежных резервов и, кроме того, возможность: следовать устоявшимся привычкам, куда-то поехать, отдохнуть, развлечься, отметить традиционные праздники и особо важные события, обеспечить определенный социальный престиж и мнение о себе как о человеке «со средствами», «с обеспеченным будущим». В противоположность этому социально-экономическое выживание – это сведение концев с концами, страхова-

ние себя на «черный день», оказание необходимой помощи нуждающимся близким, а также возврат своих долгов. Здесь ставятся задачи поддержания сложившегося уровня, простого жизнеобеспечения, достигаемого к тому же ценой изрядного напряжения в борьбе с вызовами внешней среды.

Что же характеризует сберегательные мотивации наших респондентов по полученным данным? Если исходя из средних значений разделить мотивы на две равные группы по степени их важности для людей, то оказывается, что в число более значимых входят именно мотивы выживания и мотивы, связанные с краткосрочными ориентациями. Так, на первых местах оказались помощь близким, покупка товаров длительного пользования, страховка на «черный день», возврат долгов. Исключение составляет высокая значимость мотивов помощи детям (дать им образование, оставить наследство). Наряду с мотивом обеспечения собственной старости они образуют самостоятельные мотивационные факторы. Однако по сравнению с прошлым годом роль последних несколько снизилась, зато повысилась значимость мотивов осуществления крупных покупок и материальной взаимопомощи.

Что же касается второй группы мотивов, отмеченных в среднем как менее важные, то интересующий многих экспертов мотив получения дополнительного дохода относится именно к ней. За ним идут потребности социального комфорта (отдых и развлечения, следование привычкам, повышение престижа) и развития собственного дела (у многих такого дела нет и не будет). Такие мотивы, по данным опроса, в 1994 г. занимали те же нижние позиции в перечне побуждений к сбережению.

Вернемся к сберегающей части работающего населения. Разделим их условно на две группы – собственно «сберегателей» и «инвесторов». К первым относятся примерно 25-30%, ко вторым – 10-15% опрошенных. Группы образованы так: «сберегатели» имеют денежные сбережения, но тратят их в основном на текущие нужды; «инвесторы», обладая сбережениями, тратят их на дорогостоящие покупки, отдых и лечение, а также на прочие нужды перспективного характера. В определение «инвесторов» введен еще один дополнительный критерий, чтобы ограничить эту группу людьми, занимающими более прочное положение и имеющими относительно значимые накопления: их денежные сбережения превышают личный месячный доход минимум в 1,5-2 раза. Таким образом, «инвесторы» отличаются от «сберегателей» не потому, что первые уже вкладывают средства в производство, непосредственно или через финансовые институты, а вторые хранят деньги «в чулках». Мы пытаемся провести различия по способам использования сбережений, по выполняемой ими функциональной роли и посредством этого оценить уровень инвестиционного потенциала населения, обеспечиваемый сбережениями «запас прочности».

Опишем эти группы чуть подробнее. Первая группа – «сберегатели» – вынуждена в основном заботиться о выживании в краткосрочной перспективе. Размеры их сбережений невелики, чаще всего не превышают одного-двукратного объема личного месячного дохода. Это характерно для половины тех, кто вообще заявил о наличии денежных сбережений (20% всех опрошенных). Отметим, что, как правило, речь идет о доходах от 200 тыс. до 500 тыс. руб., реже – от полумиллиона до миллиона рублей (в ценах 1996 г.).

Вторую группу – «инвесторов» – в меньшей степени беспокоят текущие бытовые проблемы. Здесь наблюдается повышенный удельный вес руководителей разного уровня. Доля зарплаты в доходах у «инвесторов» на 10 процентных пунктов ниже, чем у остальных. Зато на 10% выше доля предпринимательских доходов. И 3% достигает доля доходов, получаемых от сдачи в аренду жилья и имущества, что косвенно свидетельствует в пользу их лучшей имущественной обеспеченности (у прочих групп таких доходов фактически нет) [Луценко, Радаев, 1996, с. 63-75].

К числу первых работ по финансовому поведению домохозяйств также можно отнести исследование Тапилиной и Богомоловой. Основная цель приводимого исследования состояла в том, чтобы проследить, с одной стороны, как население распоряжается остающимися у него деньгами, на какие цели их направляет, и, с другой стороны, за счет чего домохозяйства решают проблему нехватки средств. Иными словами – выявить характер **финансового поведения домохозяйств**, связанного с оперированием денежными средствами, находящимися за рамками текущего потребления.

Информационной базой исследования послужили материалы Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ), проводившегося Университетом Северной Каролины (США), Институтом социологии РАН и Институтом питания Академии медицинских наук. Были использованы данные, полученные на втором этапе мониторинга, в ходе которого ежегодно (в декабре 1994 г., октябре 1995 г. и октябре 1996 г.) опрашивались около 11 тыс. респондентов в 4 тыс. домохозяйств различных регионов России.

Конкретные способы финансового поведения (например, покупку валюты, получение кредита и т.д.) можно отнести к одному из двух его видов: позитивному или негативному. **Позитивное финансовое поведение** – это деятельность домохозяйств по уменьшению долгов и высвобождению средств из сферы текущего потребления для осуществления вложений в будущие доходы. **Негативное финансовое поведение** характеризуется дополнительным вовлечением средств в текущее потребление за счет увеличения долгов, траты сбережений, продажи части имущества. Заметим, что термины «позитивное» и «негативное» отражают всего лишь знак

изменения – увеличение или уменьшение – накоплений в результате соответствующего поведения, а отнюдь не оценку «хорошее» или «плохое». Наряду с финансово-активными домохозяйствами, т.е. проводящими ту или иную финансовую стратегию, в совокупности домохозяйств есть и другая часть: финансово-пассивные, не обнаруживающие каких-либо признаков позитивного или негативного финансового поведения.

Преобладающим способом позитивного финансового поведения является **передача денег в долг** физическим лицам, а негативного – **получение денег в долг**. Второй по распространенности вид финансового поведения – операции с денежными сбережениями: аккумуляция денег на сберегательных счетах или хранение дома (в рублях, в валюте), либо, наоборот, их расходование. Обращает на себя внимание крайне незначительная доля домохозяйств, вкладывающих деньги в ценные бумаги. Непопулярность ценных бумаг как инструмента накопления и преумножения средств объясняется прежде всего слабой информированностью населения относительно возможностей данного рынка, незнанием механизма защиты и обращения ценных бумаг, боязнью «прогореть», участвуя в финансовых пирамидах.

Распространенность различных видов финансового поведения
в 1994–1996 гг., % от общего числа домохозяйств

Виды и способы финансового поведения	1994 г.	1995 г.	1996 г.
Позитивное поведение	34,5	25,6	23,0
Покупка ценных бумаг	1,2	0,2	0,3
Уплата страховых взносов	5,6	3,7	2,8
Погашение кредита, долга	7,7	5,8	5,0
Дача денег в долг	17,1	13,8	13,2
Откладывание в виде сбережений	10,7	7,2	5,7
Негативное поведение	25,9	25,5	28,6
Продажа имущества	2,6	2,4	1,8
Денежные долги, кредиты	19,6	19,6	20,7
Трата сбережений, продажа драгоценностей, валюты	5,8	5,9	8,2

Из таблицы видно, как меняется соотношение домохозяйств с позитивным и негативным финансовым поведением. За три года в 1,5 раза уменьшилось число семей, аккумулирующих свои накопления, и увеличилось количество тратящих и продающих – масштабы активности населения в рамках позитивного финансового поведения сокращаются. Наряду с этим стала таять общая сумма накоплений: так, если в 1994 г. средства, отложенные в виде сбережений, несколько превышали суммы, снятые со счетов, то в 1995 г. со счетов было снято в 2,2 раза больше, чем отложено, в 1996 г. этот разрыв вырос до 2,6 раз.

Наряду с выделением видов финансового поведения населения в работе отмечается и несколько типов или моделей их финансового поведения:

- сберегатели – домохозяйства, отличающиеся только позитивным финансовым поведением;
- антисберегатели – домохозяйства, для которых характерно только негативное финансовое поведение;
- смешанная модель – домохозяйства, сочетающие позитивное и негативное финансовое поведение;
- пассивная модель, соответствующая отсутствию какого-либо финансового поведения.

В работе был сделан вывод для того периода времени, что динамика финансового поведения населения России характеризуется тревожными тенденциями: сужением масштабов позитивного поведения; ростом отрицательного сальдо в соотношении сумм денежных средств, связанных с позитивным и негативным финансовым поведением, сокращением доли семейных доходов, направляемых на накопление. Они порождены экономической ситуацией, сложившейся в стране в середине 1990-х гг. Именно тогда явно обозначились или приобрели особую остроту проблемы роста явной и скрытой безработицы, увеличения продолжительности «принудительных» административных отпусков, невыплаты заработной платы, пенсий, пособий. На этот же период приходится разорение многих банков и крах финансовых пирамид, лишившие миллионы вкладчиков их накоплений.

Результаты исследования показали, что **свободные деньги у населения есть. Но то, что они могут быть привлечены в качестве инвестиций, – возможность лишь чисто теоретическая**, поскольку подавляющая часть сберегаемых денег (особенно крупных сумм) сконцентрирована в руках немногих. Поэтому, в частности, надежды на население как на инвестора, способного оживить массовое жилищное строительство, вряд ли являются обоснованными.

Нестабильность финансовых структур, нежелание частных банков активно работать с мелкими вкладчиками, неспособность государства защитить интересы миллионов обманутых вкладчиков подорвали доверие и к финансовым структурам, и к государству, явились одной из причин сокращения как числа сберегателей, так и размеров сберегаемых сумм. Это сужает материально-экономическую базу будущего у работающего населения. Отношение, демонстрируемое властями к обладателям вкладов на протяжении 1990-х гг., особенно силь-

но отразилось на людях старшего поколения: миллионы пожилых людей, потеряв накопленное на старость, оказались беззащитными перед лицом материально-экономических проблем.

В работе отмечается и такой важный для нас факт, что финансовая активность населения определяется наряду с уровнем дохода, возрастом индивидов, составом семьи, местом проживания, так и ориентированностью на сбережения и умением сберегать денежные средства. Кроме того, для тех, у кого существует альтернатива сберегать денежные средства или расходовать их на алкоголь, в силу культурных ориентации выбор нередко делается в пользу алкоголя. В целом же **влияние социально-культурного фактора является серьезным ограничением прямого регулирования сберегательной активности населения** [Тапилина, Богомолова, 1998, с. 119-128].

Сбережения населения являются одним из важных факторов экономического роста, сдерживаемого в настоящее время отсутствием необходимого объема инвестиций. Нереализованный инвестиционный потенциал частных сбережений – одна из причин того, почему население в большинстве случаев использует неинвестиционные модели сберегательного поведения. В 1996 г. Центральный Банк РФ поручил ИСЭПН РАН провести в 13 регионах России социологическое исследование, направленное на выявление объема, структуры и организации частных сбережений. Объем выборки – 8000 домохозяйств. Руководители исследования – Н.М. Римащевская и И.Е. Дискин (в работе помимо авторов приняли участие Г.В. Волкова, А.А. Овсянников, Л.А. Мигранова, М.В. Михайлюк).

С началом экономических реформ уровень жизни населения России резко снизился вследствие освобождения цен и высокой инфляции. Исчезли все прежние и вновь создаваемые сбережения. Перед населением встала задача адаптации к новым условиям, но для одних это была задача выживания, для других – восстановления привычного уровня жизни, для третьих – достижения более высоких, чем прежде, жизненных стандартов. Это и послужило базой формирования различных стратегий сберегательного поведения.

В новой ситуации появились возможности увеличения доходов, которых не было раньше: в качестве источников дохода стала выступать не только заработная плата за основную и дополнительную трудовую деятельность, но и владение собственностью в виде недвижимости, ценных бумаг, наконец, доходы от сбережений.

Таким образом, в конце 1990-х гг. проявилось резкое расхождение целей финансовой политики государства и реального сберегательного поведения населения. Это рассогласование потребовало более пристального внимания к процессу формирования и использования сбережений населения. При усилении расслоения населения меняются потребительские ориентации людей, появляются новые виды сбережений.

Под сбережениями принято понимать денежные вклады, ценные бумаги, а также свободные денежные средства на руках у населения, независимо от причин их образования (отложенный или неудовлетворенный спрос, форма хранения денег).

Лишь десятая часть обследованных семей в числе других видов сбережений имеет ликвидные ценные бумаги, обладающие реальной стоимостью. В проведенном исследовании опрашивались семьи, которые разделились на несколько групп: 1) не имеющие никаких сбережений (27,5%); 2) имеющие только акции предприятий и инвестиционных фондов (13,5%); 3) имеющие сбережения разного вида (58,6%) [Аврамова, Овчарова, 1998, с. 62-67].

Вряд ли возможно рассматривать всю совокупность сбережений населения как стопроцентный потенциальный инвестиционный ресурс. Современная макроэкономическая теория констатирует тот факт, что в рамках рыночной экономики решения о сбережениях и инвестициях принимаются, по существу, разными группами людей. Приведение к соответствию различий между субъектами сбережений и инвесторами – серьезная проблема макроэкономической оптимизации экономики. Одним из основных инструментов совмещения целей сберегателей и инвесторов, безусловно, является ставка процента по вкладам и кредитам. Но таков далеко не единственно значимый фактор. Некоторые семьи сберегают, чтобы сделать крупные покупки, стоимость которых превышает размер мобильного дохода. Сбережения осуществляются и в целях будущих потребностей домохозяйства. Многие семьи рассматривают сбережения как запас на непредвиденный случай. Ни один из рассмотренных выше мотивов не является особенно чувствительным к процентной ставке по вкладам. С учетом этих обстоятельств авторы предлагают следующую типологию сберегательных мотиваций населения:

1. Сбережения, ориентированные только на текущее потребление.
2. Сбережения, создаваемые с целью резерва на непредвиденный случай. Сюда относятся резерв на случай потери работы, на непредвиденный случай и на похороны.
3. Сбережения, формируемые с целью приобретения дорогих предметов (покупка товаров длительного пользования: строительство, ремонт или покупка жилья, дачи, гаражи; покупка транспортных средств и их ремонт).
4. Сбережения, ориентированные на будущие потребности семьи и расходы, связанные со здоровьем и проведением досуга (образование, отдых, спорт, оздоровление, лечение, помощь детям).

5. Группа домохозяйств с широким спектром сберегательных мотивов, представляющих собой комбинацию из сберегательных ориентаций третьей и четвертой групп.

6. Мотивацией выступает стремление иметь запас денежных средств, чтобы израсходовать их по мере необходимости.

7. Сбережения, накапливаемые и используемые с инвестиционными целями (для предпринимательской деятельности, приобретения акций и ценных бумаг, как источник дополнительного дохода).

Последняя группа характеризуется более высокой эластичностью относительно инструментов инвестиционного регулирования, третья, четвертая и пятая достаточно чувствительны к изменениям в инвестиционной сфере, а две первые практически не реагируют на инвестиционную политику. В целом, типология сберегательных мотивов построена по принципу непересекающихся множеств. Все гипотетически предполагаемые типы сберегательных мотивов оказались значимыми в пределах допустимой ошибки выборки. Вместе с тем даже на уровне первичного анализа результаты обследования свидетельствуют о том, что несмотря на объективно существующее противоречие в целевых установках сберегателей и инвесторов, инвестиционные предпочтения в использовании сбережений присущи значительному числу семей. В отдельных регионах (например, Москве и Иркутской области) их доля превышает 30%.

Следует также отметить, что налицо проявление территориальных различий в реализованных и предполагаемых целях использования сбережений. В кризисных регионах (Воронежская область) доля семей, использовавших в 1996 г. сбережения только на текущее потребление, в два раза выше, чем в регионах-донорах (например, Москва). Противоположной тенденцией характеризуются региональные различия в значимости инвестиционных сберегательных предпочтений: среди домохозяйств, реализовавших свои сберегательные мотивы, в Воронежской области их доля в два раза ниже, чем в Москве. В целом исследование показало, что в России одним из способов трансформации наличных сбережений в инвестиции становится развитие систем кредитования, расширения потребительского и ипотечного кредитования [Аврамова, Овчарова, 1998, с. 62-67].

В новом столетии обращают на себя внимание методические и прикладные работы Стребкова [Стребков, Потребности и предпочтения, 2004; Стребков, Основные типы, 2004; Стребков, Модели кредитного поведения 2007]. Главным их достоинством является то, что автор предлагает методические подходы и основания для построения типологии кредитного поведения населения.

Обычно для построения типологии используются три основания, в том числе мотивация деятельности и предпочтения в выборе финансовых инструментов. Безусловно, мотивация является важнейшим звеном в цепочке формирования домохозяйством своей финансовой стратегии. С одной стороны, это исходный пункт, из которого вытекает необходимость осуществления сбережений или получения кредита. А с другой – мотивация выступает конечным пунктом, после реализации которого, т.е. после достижения требуемой цели (покупка недвижимости, расходы на образование, лечение и т.д.) и погашения долга начинает раскручиваться уже новый виток спирали. Поэтому неудивительно, что именно мотивация использовалась многими исследователями в качестве основы для построения типологии финансового поведения.

В своей первой работе [Стребков, Потребности и предпочтения, 2004] автором приводится мотивация кредитного поведения. Характер спроса на те или иные кредитные услуги определяется в первую очередь наличием у населения потребностей в дополнительных денежных средствах и их структурой. Первый шаг в определении этой структуры состоит в анализе потребностей граждан безотносительно к их желанию или нежеланию брать кредит.

Результаты исследования показывают, что основным мотивом осуществления сбережений является приобретение вещей для дома (мебели, бытовой техники и т.п.) – 35%. Около 32% домохозяйств готовы откладывать деньги на оплату лечения кого-то из членов семьи, 31% хотели бы иметь средства на непредвиденный случай, «черный день». Следом идут такие мотивы, как расходы на образование кого-то из членов семьи (30%), ремонт квартиры, дома (29%), приобретение недвижимости (27%). Таким образом, нельзя сказать, что в современном российском обществе преобладает какой-либо один тип мотивации: и потребительские, и страховые, и инвестиционные мотивы имеют приблизительно равную распространенность.

Вторым шагом анализа структуры кредитной мотивации является изучение потребностей людей в ситуации возможного кредитования. Выделяются пять основных целей получения кредита. Первая из них – приобретение недвижимости или улучшение жилищных условий – ее назвали 52% ответивших на вопрос. Следом идут приобретение вещей для дома (43%), получение образования (37%), лечение кого-то из членов семьи (33%) и ремонт квартиры, дома (32%).

Третий шаг – определение главной, центральной цели возможного получения кредита, которая для домохозяйства является наиболее актуальной, и могла бы быть реализована в первую очередь. Около трети (36%) от всех респондентов, готовых взять кредит на приемлемых для них финансовых условиях, в качестве основной своей цели назвали приобретение недвижимости или улучшение жилищных условий. Достаточно важными являются и такие мотивы, как получение образования (16%) или лечение (13%), а также приобретение вещей

для дома (10%). Эти четыре позиции в совокупности охватывают 75% всех потребностей населения в кредите, и именно на них финансовым организациям в первую очередь следует ориентироваться при разработке кредитных программ.

В данной работе автор также, анализируя текущую ситуацию на рынке долга и кредита, отмечает, что весьма распространенным явлением стала практика неинституциональных кредитов. В течение последних трех-четырёх лет 31,6% опрошенных приходилось хотя бы раз брать в долг у своих родственников, а 28,7% – у друзей или знакомых. В то же время опыт получения кредита на предприятии, в банке или другой финансовой организации имеют очень немногие граждане – всего 17,3%. Из них брали кредит в Сбербанке – 3,9%; в коммерческом банке – 1,3%; в ломбарде – 5,7%; по месту работы – 5,8%; делали покупки в кредит – 5,4%. Услугами кредитных союзов не пользовался никто из опрошенных.

Результаты исследования показали, что значительная часть российских граждан испытывает потребность в получении «дешевого» потребительского кредита и расширении спектра кредитных услуг. С одной стороны, это граждане со средним уровнем дохода – для осуществления дорогостоящих покупок, организации малого бизнеса они ориентируются на относительно крупные средне- и долгосрочные займы. С другой – потенциальными заемщиками являются и малообеспеченные слои населения, которым кредит нужен для поддержания уровня жизни на приемлемом уровне, для оплаты медицинских услуг. Они испытывают потребность, преимущественно, в мелких краткосрочных займах. Однако многие из этих людей не берут деньги в долг не потому, что не могут реально этого сделать, а потому что боятся, что не смогут вернуть их в будущем.

Финансовыми институтами, способными составить реальную альтернативу банкам на этом сегменте рынка, могли бы стать общества взаимного кредитования или кредитные союзы. Эти организации могут предложить своим вкладчикам более высокие проценты по сбережениям и более низкие проценты по выдаче кредитов, так как здесь существенно сокращен уровень накладных расходов. А цена получения кредита практически для всех потенциальных заемщиков является важнейшим параметром, который принимается во внимание в первую очередь.

Однако здесь существуют две основные проблемы. Во-первых, и о самом существовании таких организаций, и об основных принципах их функционирования подавляющему большинству граждан ничего не известно. Никто из опрошенных сам не участвовал в деятельности подобных объединений. Поэтому здесь требуется проведение специальной разъяснительной политики. Во-вторых, граждане рассматривают частные финансовые объединения как чрезвычайно рискованные. Люди проявляют готовность сотрудничать только с организациями, имеющими государственную поддержку. В этой ситуации государство могло бы взять на себя функции контроля и координации деятельности кредитных союзов [Стребков, Потребности и предпочтения, 2004, с. 52, 58-59]. Вывод автора лишней раз подтверждает актуальность выбранной нами темы исследования.

В другой работе автор обращает внимание, что на отношение граждан к получению денег в долг оказывают значимое влияние следующие параметры: возраст, образование, род занятий, сфера занятости, уровень дохода семьи. Не влияют на отношение к заимствованиям такие параметры, как пол и должность [Стребков, Основные типы, 2004, с. 117-118]. Этот результат также показал, что кредитное поведение населения необходимо изучать с учетом демографических характеристик населения.

В социологической литературе «кредит» понимается более широко – не только как институциональный, но и как неинституциональный, межличностный долг. Наиболее часто под *кредитным (заемным) поведением* понимают деятельность индивида или домохозяйства, в процессе которой происходит заимствование денежных средств, предполагающее их обязательное последующее возвращение. Данное поведение может быть рассмотрено в разрезе пяти основных его составляющих:

- осуществление заимствований и их регулярность;
- выбор кредитора (индивида или организации); при этом возможно одновременное обращение к различным источникам денежных средств;
- размер кредита;
- срок погашения кредита;
- наличие и величина процентных ставок (цена кредита).

Финансовое поведение российских домохозяйств крайне неоднородно: есть группы, которые охотно берут деньги в долг для решения своих текущих материальных проблем. Другие, вероятно, хотели бы взять кредит, но опасаются, что не смогут вернуть его вовремя или считают действующие процентные ставки слишком высокими. Третьи принципиально никогда не берут деньги в долг, а вместо этого пытаются решать свои проблемы иными способами. Следовательно, можно говорить о существовании нескольких наиболее типичных моделей кредитного поведения населения. Для построения типологии обычно используются три основания.

1. Наличие или отсутствие задолженности и сбережений (текущее финансовое поведение).
2. Мотивация деятельности и предпочтения в выборе финансовых инструментов.

3. Принципы управления бюджетом в домохозяйстве.

В данном исследовании основное внимание обращается на типологию граждан в соответствии с их отношением к долговым обязательствам (и как следствие выделение групп, потенциально готовых и заинтересованных в получении кредита), а также определение факторов, оказывающих наибольшее влияние на выбор модели кредитного поведения.

В качестве источника эмпирических данных используются результаты квартирного опроса домохозяйств в пяти российских областных центрах: Москве, Самаре, Екатеринбурге, Краснодаре и Пскове. Опрос проводился в период с 15 сентября по 15 октября 2002 г. В каждом домохозяйстве опрашивался один человек (старше 18 лет), принимающий основные финансовые решения. Метод сбора данных – личное формализованное интервью. Использовалась маршрутная выборка, общий объем выборочной совокупности составил 976 чел. Целью исследования было изучение текущего кредитного поведения населения, выявление основных установок по отношению к долгу и оценка перспектив развития кредитной системы в России.

Отношение населения к деньгам, сбережениям и долгу, использовались для кластеризации респондентов – выделения достаточно однородных групп граждан, имеющих сходные установки, предпочтения, социокультурные стереотипы. Таких основных групп было выделено шесть.

Вынужденные потребители (15%) – это очень бедные и отчаявшиеся люди, у них нет сбережений. Они никому не дают деньги в долг и сами никогда не занимают, не берут кредиты и ни при каких условиях не готовы рисковать. Практически все доходы уходят на покупку продуктов питания и товаров первой необходимости. Им ничего уже не нужно, они ни во что не верят и ни на что не надеются. Жизнь сделала их озлобленными и раздраженными. К обеспеченным людям относятся крайне негативно. Совершенно не разбираются в финансовых вопросах.

Активные сберегатели (21%) также характеризуются достаточно низким уровнем материального положения, но если у них появляются свободные денежные средства, стараются их откладывать, делать сбережения. Наличие сбережений рассматривается как важный показатель стабильности, безопасности. Деньги в долг не дают практически никогда и сами стараются не брать, так как нечем отдавать. Разделяют понятия кредита и долга. К кредиту относятся положительно, к долгу – отрицательно. Считают, что нужно жить по средствам, экономно, а в долги залезают только бездельники и тунеядцы.

Осторожные сберегатели (13%), наоборот, охотно готовы дать деньги в долг другим, но сами не склонны занимать и брать кредиты. Они, скорее, будут работать столько, сколько нужно, чтобы накопить необходимую сумму. В финансовых вопросах проявляют осторожность и осмотрительность: считают, что «лучше синица в руке, чем журавль в небе». Не готовы рисковать, внимательно и бережно относятся к деньгам. По их мнению, деньги в долг берут не бездельники или тунеядцы и не расчетливые, уверенные в себе граждане, а несчастные люди, которых к этому вынуждают обстоятельства, поэтому относятся к ним с пониманием и сочувствием.

Осторожные заемщики (11%) другим людям деньги в долг практически никогда не дают, но сами весьма положительно относятся к займам и кредитам. Сбережения делают, но полагают, что с их помощью решить те проблемы, которые у них есть, невозможно. Осторожно относятся к крупным тратам. Это люди с умеренными доходами – не богатые, но и не бедные. Стремятся повысить уровень своего материального положения, которым они не удовлетворены. Имеют потребность в кредите и желание его взять, но боятся, что не смогут вернуть кредит вовремя. Склонность к риску – средняя.

Активные заемщики (18%) спокойно относятся к деньгам: могут сами дать в долг другим, а в случае необходимости занять или взять кредит, делают сбережения, способны идти на риск. Хорошо информированы по финансовым вопросам. Самая перспективная с точки зрения получения кредита группа – и хотят его взять, и планируют это сделать.

Активные потребители (13%) имеют относительно высокий уровень дохода и демонстрируют легкое отношение к жизни. Не знают, что такое бережливость – считают, что деньги надо тратить, использовать, а никак не копить, соответственно не считают нужным делать сбережения. Скептически относятся к кредитам, не стремятся их брать, поскольку сами способны обеспечить себе достойный уровень жизни. Предпочитают не связываться с банками и финансовыми организациями, свои проблемы решают через родственников и друзей. В случае необходимости легко возьмут деньги в долг, так как знают, что всегда смогут рассчитаться. Точно так же сами могут предоставить своим знакомым финансовую помощь. Готовы рисковать – демонстрируют очень высокую склонность к риску [Стребков, Основные типы, 2004, с. 109-128].

В следующем исследовании [Стребков, 2007, с. 52-62], которое осуществлялось в 2004 г. путём опроса москвичей, участвовавших ранее в качестве респондентов в первом исследовательском проекте. Однако в этот раз в качестве метода сбора данных использовалось глубинное полужформализованное интервью. Для каждого из шести типов финансового поведения было отобрано по 15-20 граждан, составляющих ядро кластера, т.е. наиболее точно соответствующих модели данного финансового поведения (имеющих минимальное расстоя-

ние до центра кластера). Однако из первоначальной базы респондентов удалось опросить лишь 23 чел. Для того чтобы получить запланированный объем эмпирических данных, методом снежного кома дополнительно было набрано и проинтервьюировано еще 12 чел., не принимавших участие в исследовании в 2002 г. Итоговый размер выборки составил 35 чел.

Всем участникам исследования был задан ряд вопросов из анкеты 2002 г., касающихся их ценностно-нормативных установок. На их основе рассчитана обновленная структура респондентов с точки зрения принадлежности к одному из шести выделенных кластеров. В целом, удалось добиться более-менее равномерного распределения респондентов по кластерам: наполненность каждого из них составила от четырех до девяти человек.

Что касается социально-демографической структуры полученной выборочной совокупности, то и она не обладает сколько-нибудь явно выраженной спецификой. Отобранные респонденты характеризуют самые разные слои населения, и выборка по всем основным параметрам (пол, возраст, род занятий, сфера занятости, служебное положение) в целом соответствует генеральной совокупности. Поэтому можно с уверенностью утверждать, что при анализе данных не происходит смещения результатов в сторону какой-либо отдельной специфической группы населения.

Основные модели отношения к долгу и кредиту. Анализ собранных в ходе исследования данных позволил выделить четыре основные группы респондентов с точки зрения их фактического кредитного поведения.

1. Люди, периодически испытывающие нехватку денежных средств для совершения крупных покупок, **предпочитающие делать сбережения,** вместо того чтобы использовать заемные средства. Это наиболее консервативная в отношении кредита группа, которая предпочитает опираться исключительно на собственные силы. Некоторые из этих людей принципиально не берут деньги в долг, другие стараются приспособиться и экономно расходовать имеющиеся денежные средства, третьи боятся, что впоследствии не смогут расплатиться с кредиторами. *«Нет, я не беру, не брал и не буду брать. Лучше я что-нибудь не куплю, что думал. Потому что если в долги раз залезть, то потом уже не выкарабкаться»* (Антон А., 47 лет, сержант милиции).

2. Люди, склонные в большей степени пользоваться неформальными кредитами, займами у родственников, друзей или знакомых. Их не устраивает современная система банковского кредитования и те условия, на которых сегодня предоставляется кредит, поэтому они предпочитают использовать возможности своих социальных сетей, прибегая к неформальной материальной помощи, а кредит рассматривают для себя как самый крайний вариант: *«Лично я предпочту занять у кого-нибудь деньги и таким образом купить. Потому что меня не устраивают проценты, которые завышены в коммерческих банках. А в Сбербанке меня не устраивает отношение [к клиентам], когда ты приходишь»* (Ирина А., 45 лет, преподаватель вуза). Как правило, эти люди достаточно обеспечены и имеют друзей и знакомых, способных одолжить им в случае необходимости требуемую сумму денег.

3. Люди, склонные в большей степени пользоваться банковскими кредитами. Под эту категорию попадают граждане, которые либо уже брали кредит (через магазин или непосредственно в банке), либо те, кто хотел бы это сделать в будущем. Не берут кредит люди в силу различных обстоятельств, но чаще всего проблема заключается в том, что потенциальный заемщик не соответствует формальным требованиям банка или попадает в «группу риска». Особенно актуально это для молодых семей, имеющих маленьких детей, пенсионеров, лиц, имеющих невысокую официальную («белую») зарплату. Многие из тех, кто однажды уже воспользовался кредитом, остаются его активными сторонниками. Свои будущие финансовые стратегии они предпочитают рассматривать именно с точки зрения формального, банковского кредита.

При этом среди заемщиков есть и те, у кого первый опыт получения кредита оказался скорее негативным. Тем не менее, результаты исследования показывают, что наличие опыта во многих случаях не снижает желание людей брать кредит в дальнейшем: *«Я думаю, это [негативный опыт] повлияло положительным образом, потому что я знаю теперь о наличии подводных камней, уже примерно знаю, чего ожидать, я умею рассчитывать, сколько мне нужно заплатить, чтобы шло не только погашение процентов, но и погашение долга»* (Наталья Ф., 37 лет, медработник).

Есть и такие люди, чей интерес к кредиту обусловлен прежде всего любопытством и желанием попробовать эту новую услугу. Как правило, у этих респондентов достаточно собственных средств для покупки, и они берут кредит лишь для того, чтобы получить новые ощущения.

4. Люди, не нуждающиеся в дополнительных финансовых средствах – те, кого вполне удовлетворяет их текущее материальное положение. К этой группе относятся люди с самым разным уровнем материального положения: от малообеспеченных пенсионеров до семей, имеющих относительно высокий уровень дохода, которые более-менее крепко «стоят на ногах» (имеют постоянную работу, стабильный заработок, квартиру, взрослых детей). Соответственно, в первом случае отсутствие потребности в дополнительных средствах обусловлено пассивностью, смирением со своим положением, а во втором – отсутствием ярко выраженной цели.

«Потребности в дополнительных деньгах у меня нет. Вроде чего бы мне сейчас при моем возрасте – холодильник, телевизор, одежда у меня есть. На еду хватает пенсии, а больше ничего и не надо» (Александра М., 80 лет, пенсионерка). Те люди, чье положение более или менее стабильно, относятся к кредиту спокойно, хотя и рассматривают для себя возможность в дальнейшем использовать кредитные схемы. Причем мотивируют это необходимостью приобретения в будущем каких-то действительно дорогостоящих вещей (например, кухонного гарнитура или машины) [Стребков, 2007, с. 54-56].

Таким образом, изучив российский опыт кредитного поведения граждан, существующие типологии финансового поведения населения, типологии сберегательных мотиваций населения, а также модели отношения к долгу и кредиту мы не нашли исследования, где бы во главу угла при изучении кредитного поведения граждан были поставлены демографические характеристики населения. Мы решили восполнить существующий в теории и практике пробел. Следующая наша работа будет посвящена социально-демографическим характеристикам участникам потребительского кредита граждан.

Литература и источники

1. Авраамова Е.М., Овчарова Л.Н. Сбережения населения: перспективы частного инвестирования // Социологические исследования. – 1998. – № 1. – С. 62-67.
2. Козулькова К. Дают – бери // Коммерсантъ. – 2006. – № 103 (15 июня 2006 г.).
3. Луков В.В. Рынок финансовых услуг населению становится шире и безопаснее // Финансы. – 2007. – № 4. – С. 14-18.
4. Луценко А., Радаев В. Сбережения работающего населения: масштабы, функции, мотивы // Вопросы экономики. – 1996. – № 1. – С. 63-75.
5. О кредитных потребительских кооперативах граждан. – Федеральный закон № 117 от 7 августа 2001 года (в ред. Федерального закона от 03.11.2006 № 183-ФЗ).
6. Потребительское кредитование – надежда и угроза экономики России // Коммерсантъ. – 2006. – № 101 (7 июня 2006 г.).
7. Преснякова Л. Пользование кредитами. – 2006. – Электронный ресурс <http://bd.fom.ru/report/map/dd061424>.
8. Преснякова Л. Получение и погашение кредитов. – 2007. – Электронный ресурс <http://bd.fom.ru/report/map/d072023>.
9. Истиховская М. Развитие инфраструктуры кредитной кооперации в Республике Коми // Материалы совещания в Торгово-промышленной палате Республики Коми 28 сентября 2007 г. – Сыктывкар, 2007. – 25 с.
10. Стребков Д.О. Модели кредитного поведения и факторы, определяющие их выбор // Социологические исследования. – 2007. – № 3. – С. 52-62.
11. Стребков Д. О. Основные типы и факторы кредитного поведения населения в современной России // Вопросы экономики. – 2004. – № 2. – С. 109-128.
12. Стребков Д.О. Потребности и предпочтения населения России на рынке кредитных услуг // Социологические исследования. – 2004. – № 2. – С. 51-59.
13. Тапилина В.С., Богомолова Т.Ю. Кто на что тратит...// ЭКО. – 1998. – № 10. – С. 119-128.
14. Фаузер В.В., Климочкина Н.И. Нефтегазовый сектор Республики Коми: демография, труд, миграция / Отв. ред. проф. Н.Д. Цхадая. – Ухта: УГТУ, 2007. – 150 с. (Библиотека демографа; Вып. 9).
15. Фаузер В.В., Макарова В.Н., Фаузер Вл.В. Проблемы и тенденции рождаемости населения северных городов Республики Коми // Современные тенденции менеджмента в Украине: правовые и экономические аспекты. – Донецк: Донецкий национальный технический ун-т, 2008. – С. 132-143.
16. Федеральный закон № 117-ФЗ «О кредитных потребительских кооперативах граждан». – М., 2001. – С. 2.
17. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Коллектив авторов; Под общ. ред. А.Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 1168 с.

ИСТОРИЧЕСКАЯ ДЕМОГРАФИЯ

Научное издание.

Оригинал-макет – Н.К.Забоева.

Компьютерный набор. Формат 60 x 84 $\frac{1}{8}$. Уч.-изд. л. 16,2.
Тираж 100 экз. Заказ № 96.

Редакционно-издательский отдел Института языка,
литературы и истории Коми НЦ УрО Российской АН.
167982 г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, 26.

Отпечатано с оригинал-макета
в ООО «Типография «Полиграф-сервис»
г. Сыктывкар, ул. Ленина, 4, тел. 21-48-36