
Н.А. Васильев (Барнаул)

КРЕДИТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ВЦИОМ)

Научный руководитель — В.А. Артюхина

Нельзя не согласиться с тем, что за последнее десятилетие кредиты набирают все большую популярность. По данным Центробанка РФ, потребительское кредитование являлось самым бурно развивающимся сегментом российского рынка, что привело к увеличению в 1,5 раза объема кредитной задолженности населения за 2018–2019 гг. Лишь разразившаяся пандемия COVID-19 в 2020 г. замедлила темпы выдачи потребительских кредитов — впервые за несколько лет потребительское кредитование показало отрицательный рост. Однако, по утверждениям финансовых аналитиков, кредитную отрасль в скором времени ждет новый подъем, связанный с истощением сбережений граждан и необходимостью последних в получении финансов.

Можно утверждать, что кредит как объект экономического исследования изучен досконально еще в XX в. Однако потребительское кредитование имеет не только экономическую природу, но и социальную, а значит, это явление не могло не стать научным интересом для ученого-социолога. Как правило, изучение потребительского кредита учеными-социологами лежит через призму кредитного поведения населения. Под кредитным поведением понимается разновидность финансового поведения населения, связанного с займом денежных средств в кредитных организациях (банках, финансовых организациях) для определенной цели [1, с. 15].

Масштабы кредитного поведения на Западе достигли таких размеров, что можно с уверенностью говорить о том, что потребительские кредиты являются одним из основных факторов трансформации общества. Кредитное поведение для многих людей становится не столько возможностью для достижения важной цели, сколько образом жизни, определяющим нужды потребителей. Кредиты, становясь все более и более массовым явлением, способствуют возникновению новой этики — этики опережающего потребления, что, в свою очередь, ведет за собой появление общества потребле-

ния. Ж. Бодрийяр, автор концепции общества потребления, не мог не затронуть тему возникновения кредитного поведения: «Долгое время в силу своего рода застенчивости кредит воспринимался как некая нравственная опасность, тогда как расплата на месте относилась к числу буржуазных добродетелей. Но подобные психологические сопротивления явно ослабевают. Ныне родилась новая мораль: мораль опережающего потребления по отношению к накоплению, мораль убегания вперед, форсированного инвестирования, ускоренного потребления и хронической инфляции (копить деньги становится бессмысленно); отсюда берет начало вся современная система, где вещь сначала покупают, а затем уже выкупают своим трудом» [2, с. 28].

История развития кредитного поведения в современной России насчитывает три десятилетия, беря начало со времен распада Советского Союза. В первое десятилетие (до 2000-х гг.) распространенность потребительских кредитов была на невысоком уровне. В первую очередь сказывалось крайне низкое благосостояние населения — для многих домохозяйств было проблемой обеспечить себя товарами первой необходимости, не говоря уже о покупках в кредит. Сказывались на низкой популярности кредитования и финансовые установки, оставшиеся в массовом сознании с советских времен, предписывающие вместо кредита сберегать накопления, кредит же рассматривался как «буржуазное зло» и средство эксплуатации человека. С начала 2000-х гг. происходит рост благосостояния населения, из-за чего встает потребность в обеспечении дорогими товарами длительного пользования. Последствием «лихих» 90-х стало отсутствие у большинства населения сбережений, поэтому идея купить такие товары в кредит становилась все более привлекательной. В то же время к кредитам общество относилось с недоверием и опаской, на что влияли такие факторы, как невыгодные условия (высокий процент, обман со стороны кредитных организаций), а также описанные выше Бодрийяром установки, по которым кредит воспринимался как нравственная опасность. Тем не менее популярность потребительского кредитования росла, но люди старались брать кредит в крайнем случае и только для крупных покупок.

В 2009 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения провел первое социологическое исследование по кредитному поведению населения. По результатам исследования выяснилось, что не-

погашенный кредит имеет 26 % российских семей. При этом 87 % респондентов не планируют брать кредит в ближайшие шесть месяцев, 3 % планирует взять кредит для покупки автомобиля, по 2 % — на неотложные нужды и ремонт квартиры [3].

В следующие годы кредитное поведение становилось все более массовым, люди начали «входить во вкус», что вызвало смещение кредитования с крупных покупок на средние, все чаще в кредиты стали покупаться инновационная электроника (смартфоны, планшеты, умные часы и т.п.), бытовая техника, также кредиты стали источником для ежедневных расходов. Проведенный десять лет спустя аналогичный опрос ВЦИОМ показал, что доля семей, имеющих непогашенный кредит, выросла до 51 %. Таким образом, если в 2009 г. непогашенный кредит имело меньше трети населения России, то в 2019 г. непогашенный кредит имелся более чем у половины населения.

Кредитное поведение наиболее ярко прослеживается у респондентов в возрасте от 25 до 34 лет (72 %), меньше всех — у респондентов в возрасте от 18 до 24 лет (37 %), представителей старшей возрастной группы 60+ (31 %) и проживающих в Москве или Санкт-Петербурге (40 %). В ближайшие шесть месяцев большинство наших сограждан не планируют кредитных займов или покупок в кредит (84 %) — этот показатель сохранился примерно на одном уровне в течение последних десяти лет.

В перспективе в два-три года 74 % россиян не планируют обращаться в кредитные организации, преимущественно это люди в возрасте старше 60 лет — 86 %. 10 % опрошенных думают о покупке в кредит недвижимости — чаще всего те, кому от 25 до 34 лет (18 %). Еще 6 % планируют покупку автомобиля в кредит, преимущественно это молодежь в возрасте от 18 до 24 лет (11 %) [3].

Проанализировав данные ВЦИОМ и сопоставив их с концепцией Ж. Бодрийера, можно сделать следующие выводы о кредитном поведении населения России. Кредитное поведение все прочнее входит в финансовые практики населения. Основную аудиторию заемщиков составляют люди от 25 до 34 лет, это обусловлено тем, что данная категория людей становится платежеспособной после получения профессионального образования, есть нужда в средствах на обустройство своей семьи. Также граждане в возрасте 25–34 имеют как ярко выраженные потребности в самореализации и само-

актуализации (путешествия, покупка брендовых вещей и техники), так и в стабильном доходе, позволяющем брать на себя долговые обязательства.

Тот факт, что меньше остальных прибегают к кредитам люди в возрасте 18–24 и 60+, можно объяснить тем, что первая категория — это, как правило студенты, получающие образование и не имеющие высокого уровня платежеспособности, однако, как и люди от 25 до 43 лет, имеющие потребности в самореализации и самоактуализации. Можно предположить, что граждане до 24 лет — это потенциальные заемщики, которые станут заемщиками после получения стабильного дохода, к этому времени они перейдут в следующую возрастную группу. Нежелание представителей старшей возрастной группы (60+) пользоваться услугами кредитования можно объяснить отсутствием потребностей совершать крупные покупки (все уже есть), а также традиционными финансовыми установками (неодобрение кредитов, практика сбережения денег и т.д.).

Нельзя не отметить, что кредитное поведение благоприятствует установлению этики опережающего потребления, что ведет к трансформации социума в общество потребления. Пока в ближайшее время взять кредит планируют 26 % россиян (в 2009 г. — 13 %) по большей части для покупки недвижимости или автомобиля (крупные покупки). Можно сделать прогноз, что основной пик кредитного поведения еще впереди, когда количество кредитов будет увеличиваться, а приобретения, купленные в кредит, будут менее крупными. Кредитование будет служить людям не столько для достижения конкретных целей, сколько станет образом жизни.

Библиографический список

1. Гаджигасанова Н.С. Кредитное поведение потребителей: признаки, влияние социальных факторов // Вестник Кемеровского гос. ун-та. Серия : Политические, социологические и экономические науки. 2016. № 2.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей / пер. с франц. С. Зенкина. М. : Рудомино, 2001.
3. Кредитная история: бум или статус-кво? // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kreditnaya-istoriya-bum-ili-status-kvo>.