

**ЖИТЬ НАСТОЯЩИМ, НО ВЗАЙМЫ:
КРЕДИТОВАНИЕ — НОВАЯ СОЦИАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ?**

Д.Х. Ибрагимова, к. и. н., НИСП

Одним из основных факторов роста потребительского оптимизма после кризиса 1998 г., помимо роста реальных доходов населения, стало увеличение потребительского кредитования, возможности получения которого существенно расширились, особенно начиная с 2003 г. Развитие потребительского кредитования создает, по сути, новую социальную реальность в России, поскольку значительная часть населения до сих пор попросту не могла себе позволить многие крупные покупки. Вплоть до 2001 г. покупательная активность на рынке товаров длительного пользования была характерна только для 18–20% российского населения. Иными словами, большинство респондентов стабильно отвечали, что им не приходилось в течение года, предшествующего опросу, делать крупные покупки. Однако в 2002 г. доля покупателей выросла в 1,5 раза (32%), а в 2005 г. эта цифра достигла 44%.

В списке приоритетных потребительских расходов в 2002–2006 гг. фигурируют СВЧ-печи, стиральные машины-автомат и т.д., т.е. товары, которые более обеспеченные слои населения уже приобрели или обновили в предшествующие годы, а менее обеспеченные благодаря ставшему доступным потребительскому кредиту делают это в последние годы. Получая доступ к кредитам, большая часть населения может быстрее повысить качество жизни. Тем более что в последнее время рынок кредитования становится все более и более благожелательным к заемщику: снижаются ставки процента, упрощаются схемы выдачи и т.д. Получить кредит на покупку широкой номенклатуры товаров (от бытовой техники до автомобиля) достаточно легко. Плюсы очевидны: увеличивается платежеспособный спрос, люди повышают качество жизни, финансовые институты, внимание которых к потребительскому сектору обусловлено как падением доходности альтернативных финансовых инструментов, так и ростом доходов населения, получают заманчивый инструмент для привлечения инвестиций.

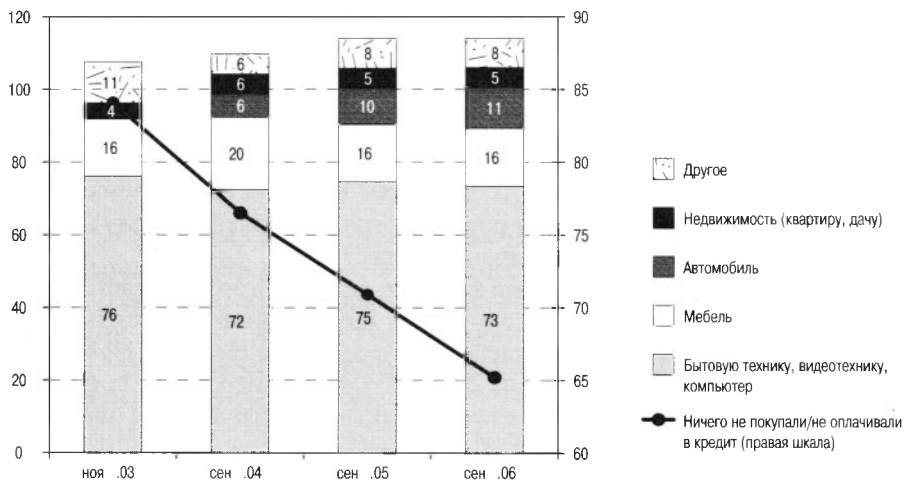
В 2004–2005 гг. был принят ряд законов, целью которых является обеспечение возможностей по упорядочиванию и дальнейшему развитию данного рынка. Первое изменение касается внесения поправок в Налоговый кодекс, вступивших в силу с начала 2005 г. Согласно внесенным поправкам физические лица освобождаются от уплаты подоходного налога с операций, связанных с кредитными картами в беспроцентный период. До конца 2004 г. согласно российскому законодательству заимствование у банка денежных средств без уплаты банку процентов в размере меньшем, чем 9% для случая кредитования в иностранной валюте или 3/4 ставки рефинансирования Центробанка, приводило к возникновению материальной выгоды у клиента, с которой он должен был уплатить подоходный налог. Данное ограни-

чение распространялось и на электронные расчетные средства. Введенные с начала 2005 г. поправки позволили банкам предоставлять льготный беспроцентный период в случае использования кредита через кредитную карту, т.е. банки смогли начать выпуск «полноценных» кредитных карт.

Другим важным изменением стало принятие закона о кредитных историях (№ 218-ФЗ, декабрь 2004). Принятие этого закона явилось завершением более чем пятилетней истории попыток по созданию кредитных бюро в России. Закон о кредитных историях был принят в декабре 2004 г., однако в полную силу он вступил с 1 сентября 2005 г. За более чем полугодовой инкубационный период предполагалось создать инфраструктуру для хранения кредитных историй заемщиков, а банки должны были определиться с выбором организации, которая будет осуществлять хранение кредитных историй их заемщиков. Кредитные бюро смогут предоставлять разного рода отчеты о кредитных операциях в зависимости от информации о потенциальном заемщике, вида предоставляемого кредита и от степени детализации, необходимой кредитору. Предоставление отчетов кредитным организациям должно повысить уровень надежности потенциальных заемщиков и, как следствие, безопасность предоставляемых кредитов. В целом, появление кредитных бюро должно оказать положительное влияние на развитие рынка кредитования, так как оно нацелено на существенное снижение издержек на оценку потенциального заемщика, а следовательно, снижение стоимости предоставляемых кредитов.

Согласно опросным данным¹, к концу 2006 г. около 40% населения имели опыт приобретения потребительских товаров в кредит, что в 1,5 раза больше уровня 2004 г. (рис. 1). При этом структура кредитов в течение четырех лет развития кредитования остается практически неизменной: 3/4 лиц, имеющих опыт кредитования, приобретали/оплачивали в кредит бытовую технику, аудио-, видеотехнику, компьютер и т.п., 16% — предметы мебели, 10% — автомобиль, а недвижимость — только 5,5% (1,9% в целом по выборке).

Рисунок 1. Приходилось ли Вам за последние 2 года покупать что-либо в кредит/брать кредит для приобретения чего-либо? (в % от числа покупавших в кредит)



¹ Здесь и далее (если не оговорено иное) под опросными данными подразумевается база данных, сформированная и постоянно пополняемая в ходе реализации мониторингового проекта «Индекс потребительских настроений», выполняемого в рамках НИСП, Фонда ИПН и Аналитического центра Ю. Левады.

Несмотря на создание основ функционирования рынка жилья, строительство и приобретение жилья с использованием рыночных механизмов пока доступны лишь ограниченному кругу семей — семьям с высокими доходами. Основными причинами низкого платежеспособного спроса на жилье являются неразвитость институтов долгосрочного жилищного кредитования, в том числе ипотечного, а также высокий уровень рисков и издержек. Исследования НИСП показывают, что если принимать во внимание ограничения по возрасту, реальную потребность в улучшении жилищных условий и ограничения в доступе к кредитным ресурсам, обусловленные теневыми схемами формирования доходов населения, то только 8–12% российских семей нуждаются в улучшении жилищных условий и смогут участвовать в ипотечном кредитовании. Следовательно, оценки, представленные в программе «Жилище», в соответствии с которыми предполагается, что 30% населения будет вовлечено в программу ипотечного кредитования, выглядят слишком оптимистичными. Они достижимы только либо при двукратном увеличении доходов населения или аналогичном снижении цен на жилье. Важно также подчеркнуть, что 5% населения будет присутствовать на рынке ипотеки не по причине плохих жилищных условий, а из-за отсутствия иных надежных инвестиционных ресурсов для населения. По данным банковской статистики, объем рублевых и валютных кредитов в совокупности, предоставленных населению на покупку жилья (в том числе и ипотечные кредиты), на 1 октября 2006 г. составил 262 млрд руб., или 14,4% от общего объема банковской задолженности².

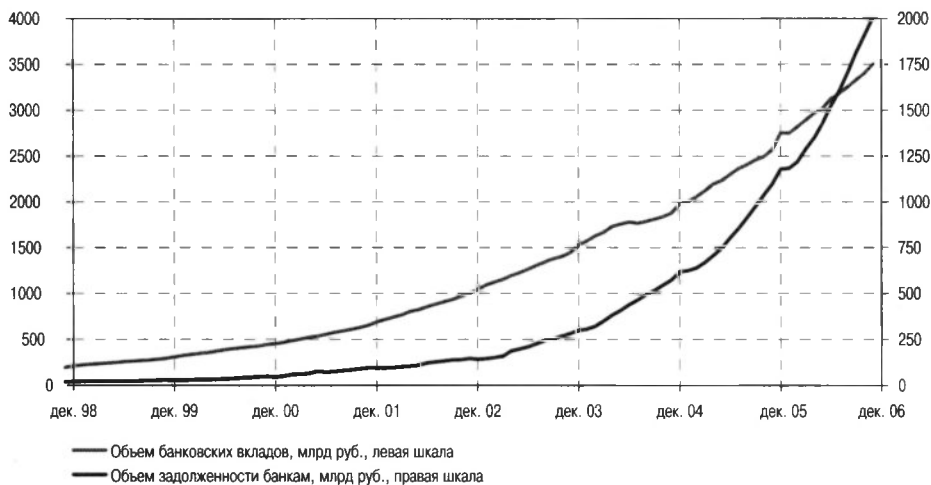
Весь же общий объем банковской задолженности (рублевой и валютной в совокупности), т.е. кредитный портфель населения только за 2006 г. увеличился в 1,8 раза, составив в ноябре свыше 2 трлн рублей (75 млрд долл.). За тот же период объем банковских депозитов возрос лишь в 1,4 раза, составив 3,5 трлн руб. (рис. 2). Хотя по соотношению общего объема кредитов и депозитов население пока не стало чистым заемщиком банковской системы³, продолжается процесс, когда прирост кредитного портфеля физическим лицам устойчиво превышает прирост депозитов. (Здесь надо понимать, что берет кредиты одна категория клиентов, а размещает средства, как правило, другая.) Можно говорить об очередном этапе в развитии банковской системы, характеризующегося тем, что, сохраняя доверие граждан (депозиты продолжают расти), банки смогли сделать доступными и популярными у населения и кредитные продукты. В то же время, можно говорить и о том, что в настоящее время происходит переход от сберегательной модели приобретения крупных покупок к кредитной, т.е. рост сбережений замещается возрастающими объемами полученных потребительских кредитов.

Такой рост объемов задолженности банкам отражает принципиально иную оценку населением условий для получения кредита. Если в 1998 г., согласно опросным данным, доля респондентов, считающих, что приобретение дорогостоящих товаров в долг не оправдано, более чем в 10 раз превышало долю лиц, одобряющих покупки в кредит, то к 2005 г. численность этих групп почти сравнялась. Соответствующий индекс же оценки благоприятности условий для использования кредита вплотную приблизился

² Необходимо отметить, что указанная цифра может быть чуть больше, так как известно, что часть кредитов, предоставляемых на потребительские нужды идет также на покупку жилья, но проследить их целевое назначение по статистике невозможно.

³ Такая ситуация была в III квартале 2005 г., по итогам которого население выступило чистым заемщиком, доверив банкам меньшую сумму, чем у них одолжили.

Рисунок 2. Динамика объемов депозитов и кредитного портфеля населения



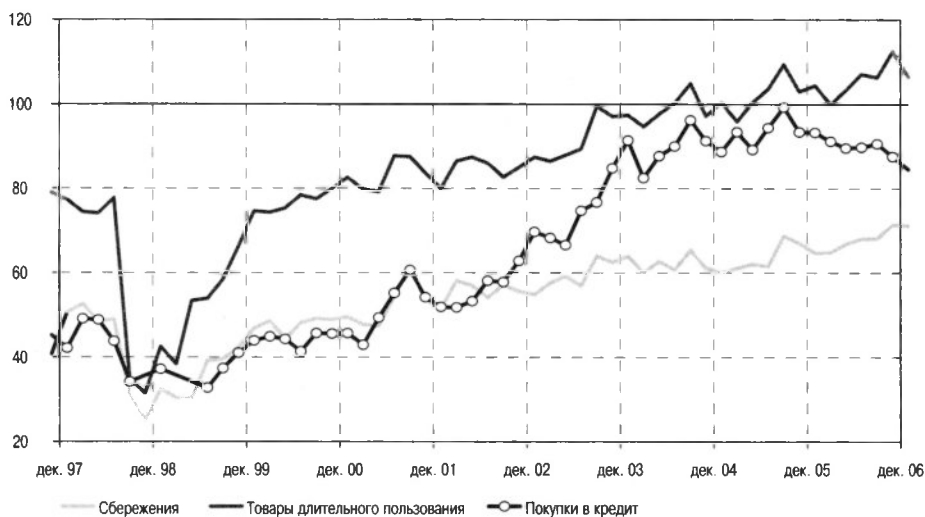
к 100 пунктам⁴. Если сравнить оценку респондентами благоприятности условий для покупок товаров длительного пользования, формирования сбережений и использования кредита (динамика соответствующих индексов представлена на рис. 3), то можно отметить следующее. До 2002 г. динамика и абсолютный уровень этого индекса практически совпадали с динамикой и уровнем индекса благоприятности условий для формирования сбережений. Это было связано, в частности, с тем, что потребительский кредит был не развит и практически весь прирост задолженности населения формировался за счет ссуд на приобретение жилья, приобретение которого скорее соответствует накоплению сбережений, чем потребительским расходам. С 2003 г. в России началось бурное развитие именно потребительского кредита, в результате чего индекс благоприятности условий для использования кредита резко подтянулся к уровню индекса благоприятности покупок товаров длительного пользования и приобрел его же динамику.

Использование кредита при покупке товаров длительного пользования разрывает типичную для переходного периода привязанность таких покупок к сбережениям. Начинают играть роль характерные для рыночных условий зависимости между ставками процента, сбережениями, кредитом и покупками товаров длительного пользования. Доля лиц, считающих, что условия для крупных покупок неблагоприятны из-за невыгодности условий кредита, в начале 2000 г. достигала 15%, к 2004 г. снизилась почти до 7%, причем основное падение произошло в 2000–2001 гг. Именно в это время ставки процента по кредитам населению уменьшились с 40 до 20% в год. После этого ставки менялись незначительно, и весь прирост задолженности населения был связан с ростом доступности.

Как видно из рис. 3, в 2006 г. оценки населением экономических условий для приобретения товаров в кредит, долг в целом остаются благоприятными, хотя их динамика в 2006 г., в отличие от всех предыдущих лет, стала приобретать немного ниспадающий характер. В среднегодовом выражении индекс целесообразности приобретения товаров в кредит в 2006 г. снизился на 2,7 пункта (с 93,1 до 90,4).

⁴ Индекс рассчитывается следующим образом: из доли положительных ответов вычитается доля отрицательных и к этой разнице прибавляется 100, чтобы исключить появление негативных значений. Соответственно, диапазон значений индекса варьируется от 0 до 200.

Рисунок 3. Динамика индексов оценок благоприятности условий для сбережений, крупных покупок и использования кредита



Взглянем на социальный состав заемщиков. Как видно из *табл. 1*, треть лиц, получивших/оплачивавших что-либо в кредит, по своему уровню доходов относится к малообеспеченным слоям населения (респонденты 1–4 децилей). Кроме того, было бы ошибочно утверждать, что потребительское кредитование быстрее всего развивается в столице. Как показывают опросные данные, до 20% респондентов, указавших на наличие платежей по кредиту, проживает на селе, а порядка 40% — в малых городах. Различие проходит прежде всего в денежных суммах получаемых кредитов (на селе и в малых городах они более мелкие) и, соответственно, в структуре покупок по товарным группам. Более обеспеченные семьи чаще приобретают в кредит автомобиль, недвижимость (*табл. 2*).

Таблица 1. Социальный профиль респондентов, указавших на наличие расходов по потребительскому кредиту (% по столбцу)

Группы населения	Ноябрь 2003	Сент. 2004	Сент. 2005
В целом по выборке	15,9	23,5	33,2
Тип поселения			
Москва и Санкт-Петербург	6,1	9,4	8,3
Большие города	33,9	29,0	29,6
Малые города	38,4	41,9	45,4
Села	21,6	19,8	16,7
Доходные группы			
1–2 децили	16,5	13,4	18,3
3–4 децили	14,6	21,1	15,4
5–6 децили	16,5	13,0	21,1
7–8 децили	23,3	24,5	21,9
9–10 децили	29,0	27,9	23,4
Возрастные группы			
До 30 лет	40,1	40,8	40,0
30–55 лет	51,9	52,9	53,1
56 лет и старше	8,0	6,3	6,8

Однако более заметным фактором, дифференцирующим кредитное поведение, оказывается не денежный недостаток, а возраст потребителя. Наиболее восприимчивы к программам кредитования лица молодого возраста (до 30 лет). Они относятся к возможности приобретать в кредит как к норме, к обыденному факту, более того, потребительское заимствование становится для них неотъемлемой частью жизни. За последние два года делали какую-либо покупку в кредит около половины (46%) респондентов моложе 30 лет и только 12% респондентов старше 55 лет. При этом представители молодежи чаще приобретали в кредит автомобиль и недвижимость. Одновременно на ближайшие годы не планируют покупки в кредит 50% молодежи и свыше 3/4 респондентов старше 55 лет (табл. 2).

Таблица 2. Участие в кредитных программах людей разных возрастных и доходных групп (включены только респонденты трудоспособного возраста: женщины 16–55, мужчины 16–60), сентябрь 2006

Показатель	Доход			Возраст		
	Низкий (1-й квинтиль)	Средний (2-4 квинтили)	Высокий (5-й квинтиль)	до 30 лет	30-45 лет	46-55 лет
Фактическое участие						
За последние два года ничего не покупали/не оплачивали в кредит	59	57	58	54	56	61
Приобретали в кредит:						
Бытовую технику, аудио-, видеотехнику, компьютер и т.п.	32	31	31	34	34	28
Мебель	6	7	7	8	6	7
Автомобиль	1	6	7	9	3	4
Недвижимость (квартиру, дачу и т.п.)	0	3	3	2	3	3
Другое	4	3	2	3	4	4
Планы участия						
Не будут брать кредит	69	55	53	50	56	66
Собираются приобрести в кредит						
Бытовую технику, аудио-, видеотехнику, компьютер и т.п.	10	12	10	13	11	8
Мебель	5	5	5	5	6	6
Автомобиль	0	5	9	8	4	3
Недвижимость (квартиру, дачу и т.п.)	3	2	7	5	2	4
Другое	2	1	2	1	1	2
Не знают, будут ли покупать в кредит	13	23	19	23	23	16

Формирование и расширение слоя заемщиков отразилось и на динамике удельного веса расходов на обслуживание кредитов в денежных доходах населения, явившись одной из причин его увеличения. По данным Центра развития, по итогам первого полугодия 2006 г. расходы населения на выплату ежемесячных платежей по кредитам достигли 7% доходов населения, превысив расходы на уплату подоходного налога (5,4%), которые до этого момента были наиболее крупной статьёй обязательных расходов населения. Отношение платежей по обслуживанию кредитов к доходам в течение последних двух лет резко увеличилось, то есть фактическая долговая нагрузка

ка на население теперь всего в четыре раза ниже ее критического уровня, который достигается, когда уровень платежей по обслуживанию кредита составляет 30% доходов населения. Согласно данным опроса (сентябрь 2006 г.), 25% респондентов в течение последних двух месяцев тратили деньги на погашение кредита, т.е. имели непогашенную задолженность.

Другой причиной высокой доли платежей по обслуживанию кредитов в доходах населения является небольшой средний срок кредитования, который, начиная с 2004 г., практически не меняется, составляя 33–34 месяца.

Сохраняющийся высокий уровень процентных ставок (по данным «Бюллетеня банковской статистики», на конец октября 2006 г. средняя ставка по рублевым кредитам населению составляла 17,3% годовых), обусловленный ажиотажным спросом на кредиты и высокими рисками кредитования на расширяющемся рынке, объясняет высокую долю процентных платежей в расходах на обслуживание кредитов. По оценке Центра развития, эти процентные расходы практически сравнялись с доходами, получаемым населением в виде процентов по депозитам.

Несмотря на то, что общий уровень потребительского кредитования в России остается ниже, чем в развитых странах (отношение общего объема задолженности по кредитам к доходам в годовом выражении составляет 10% против 20–30% в странах «Большой семерки»), невысокий по сравнению с теми же странами уровень накопленных финансовых активов населения увеличивает риски, связанные с возможными неплатежами как для самого населения, так и для банковской системы. И самым главным из рисков является просроченная задолженность, темпы роста которой выше, чем объемов кредитного портфеля населения. Пока общая экономическая ситуация позволяет отечественной банковской системе обходить, нивелировать неплатежи в розничном кредитовании. Но опасность кризиса невозврата или, как его называют, кризиса плохих долгов в случае изменения общей конъюнктуры существует.

Жить настоящим, не откладывая на потом, увидел—купил — это, конечно, хорошо, но вследствие рекламной шумихи у потребителей складывается представление, что кредит — это легко, дешево и просто, тогда как на самом деле жить в кредит — значит жить дорого. И с этой точки зрения условия предоставления кредита для заемщиков у нас, как правило, не прозрачные. Ведь банки, давая кредит заемщику, не сообщают (в отличие от многих банков Европейского Союза), какую абсолютную сумму он в конечном итоге выплатит. Ему сообщают проценты за открытие счета, проценты по кредиту, стоимость обслуживания кредита и еще много чего, но в конечном счете заемщик точно не знает общую дополнительную стоимость, т.е. стоимость переплаты. Реальная ставка может быть выше официально заявленной в несколько раз. Центробанк недавно издал указание (которое начинает действовать с 1 июля 2007 г.), обязывающее раскрывать реальную эффективную ставку при потребительском кредитовании. Это, конечно, нужный шаг, но думается, чрезвычайно важно сделать и так, что когда человек приходит в банк, он обязательно мог получить информацию относительно абсолютных размеров того бремени, которое он на себя взваливает. Если вы взяли, допустим, 10 тыс. долл. в кредит, то должны знать, что через 2 года, купив какую-то вещь сейчас, вы возвратите, к примеру, 14 тыс. долл., из которых 4 тыс. — цена за пользование материальными благами здесь и сейчас, а не потом. Это будет способствовать и более трезвому осмыслению личных финансовых возможностей и перспектив их развития, и укрепле-

нию взаимного доверия, недостаток которого (как со стороны граждан к финансовым институтам, так и со стороны банков к населению) является одним из основных барьеров для развития российского финансового рынка. Недоверие банков к заемщику выражается в высоких процентных ставках, а причина недоверия заключается в отсутствии у нас кредитных историй. Банки страхуют свои потенциальные риски, повышая процентные ставки и перекладывая финансовое бремя на всех, в том числе и добросовестных заемщиков. Необходимо повышать открытость и прозрачность кредитных отношений — унифицировать форму договора по выработанным Центробанком правилам, законодательно установить четкие правила и ответственность за их неисполнение и для банков, и для заемщиков и т.д.

Развитие кредитования, безусловно, будет продолжаться, причем пока еще, вероятнее всего, экстенсивными методами, т.е. за счет вовлечения новых слоев населения. Это связано с тем, что если потребительский бум 2001–2002 гг. возник за счет относительно обеспеченных слоев, имевших тогда финансовую возможность сменить парк бытовой, аудио- и видеотехники, то в настоящее время с развитием кредитования в товарооборот вовлекаются и остальные слои населения, которые до сих пор не могли позволить себе товары, которые теперь можно приобрести по кредитной схеме. В нереализованных потребностях этих людей заложен потенциал для экстенсивного развития потребительского кредитования как нормального финансового инструмента, в том числе и инструмента социального взаимодействия. Подавляющее большинство россиян еще не пользовались кредитными продуктами. Но при этом далеко не все из них не пользовались кредитами в силу своей бедности. Многие состоятельные и платежеспособные граждане не готовы брать кредит, кредит для них неприемлем, они чего-то опасаются. И в этом случае повышение прозрачности в работе банков, в частности в условиях предоставления кредитов, будет являться определяющим.