

Индекс потребительских настроений / Тематические аналитические выпуски

Тематические аналитические выпуски

❖ 4. Жить настоящим, но займы: кредитование – новая социальная реальность? Июль 2006 г.

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 товары, которые теперь может приобрести по кредитной схеме. Вплоть до 2001г. 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 2002г. доля «покупателей» выросла в 1,5 раза (32%), а в 2005г. достигла уже 44%.

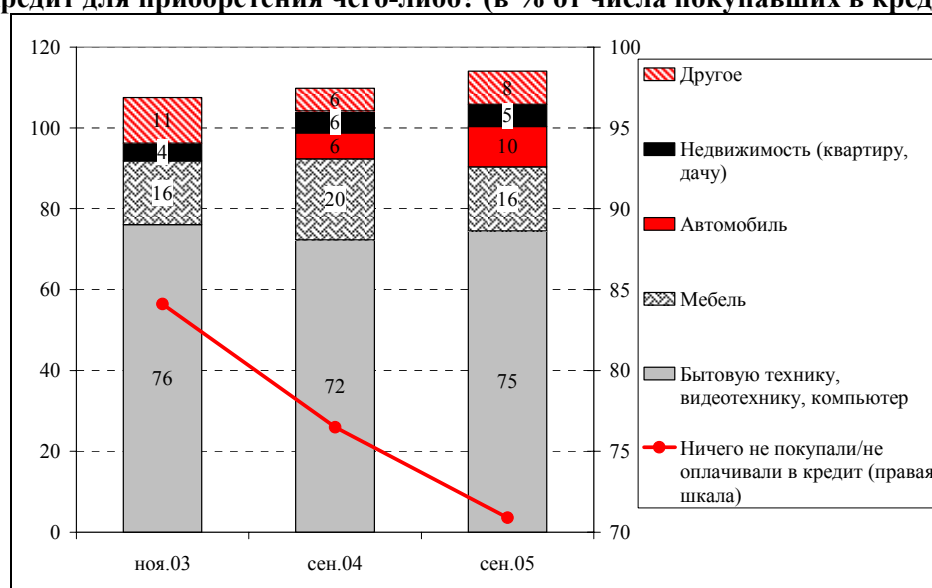
В списке приоритетных потребительских расходов в 2002—2005 гг. фигурируют такие товары как СВЧ, стиральная машина-автомат и т.д. — т.е. те товары, которые более обеспеченные слои населения уже приобрели или обновили в предшествующие годы, а менее обеспеченные, благодаря ставшему доступным потребительскому 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 привлекательный инструмент для привлечения инвестиций.

В 2004-2005гг. 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 2005г. Согласно внесенным поправкам физические лица освобождаются от уплаты подоходного налога с операций, связанных с кредитными картами в беспроцентный период. До конца 2004г. согласно российскому законодательству, заимствование у банка денежных средств без уплаты банку процентов в размере меньшем, чем 9% для случая кредитования в иностранной валюте или трех четвертых ставки рефинансирования ЦБ, приводило к возникновению материальной выгоды у клиента, с которой он должен был уплатить подоходный налог. Данное ограничение распространялось и на электронные расчетные средства. Введенные с начала 2005г. поправки позволили банкам предоставлять льготный, беспроцентный период в случае использования кредита, через кредитную карту, т.е. по сути 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 2004г., однако в полную силу закон должен был вступить с 1 сентября 2005г. 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 наличия 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, повысить безопасность предоставляемых кредитов. В целом, появление кредитных бюро должно оказать положительное влияние на развитие рынка кредитования, т.к. нацелено на существенное снижение издержек на оценку потенциального заемщика, а следовательно, снижение стоимости предоставляемых кредитов.

Согласно опросным данным, число людей, покупавших или оплачивавших что-либо в кредит, за два года возросло почти в 2 раза, составив в сентябре 2005 г. 33,2% опрошенных (рис. 1). При этом $\frac{3}{4}$ из них приобретали/оплачивали в кредит бытовую технику, аудио-, видеотехнику, компьютер и т.п., 16% — предметы мебели; 10% — автомобиль (рост за год более чем в 1,5 раза), а недвижимость — только 5% (1,3% в целом по выборке). Последнее связано с неразвитостью рынка ипотечного кредитования (высокие ставки процента, большая сумма первоначального взноса, долгий и трудный процесс получения, необходимость подтверждения легальных доходов и т.д.), хотя спрос на него (в отличие от «автомобильных» кредитов, интересующих в первую очередь автовладельцев, которых примерно треть в целом по стране) достаточно высок. По данным других обследований, 42% домохозяйств хотели бы, но не могут себе позволить приобрести второе жилье, а как минимум четверть российских семей не удовлетворена существующими жилищными условиями.

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)



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. Иными словами, различие проходит прежде всего в денежных суммах получаемых кредитов (на селе и в малых городах они более «мелкие»), а также в темпах развития процесса потребительского кредитования и в доступности кредита, что связано с ограниченностью банковских учреждений и магазинов, предлагающих эту услугу.

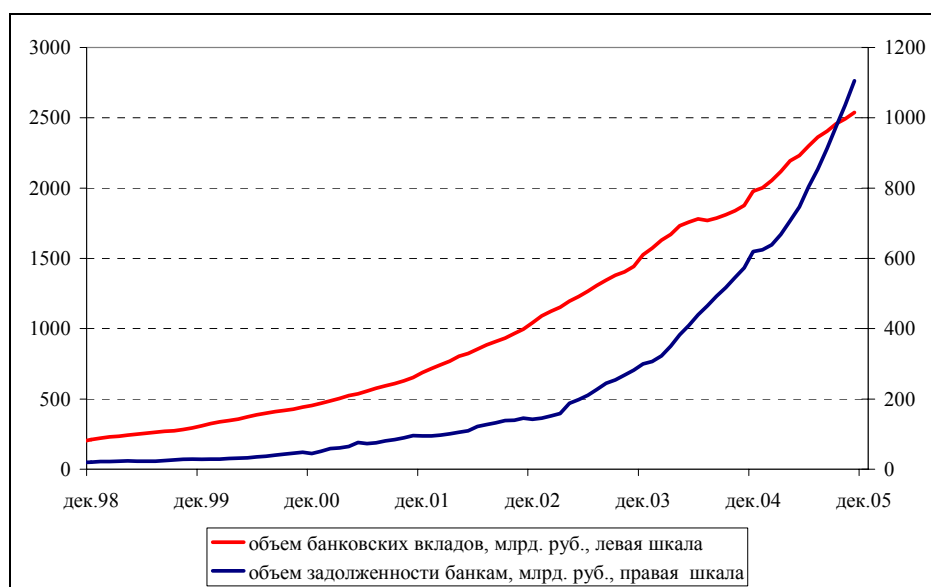
Таблица 1. Социальный профиль респондентов, указавших на наличие расходов по потребительскому кредиту (% по столбцу)

Группы населения	Ноябрь 2003	Сент. 2004	Сент. 2005
<i>В целом по выборке</i>	15,9	23,5	33,2
<i>Тип поселения</i>			
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
<i>Доходные группы</i>			
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
<i>Возрастные группы</i>			
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

Данные банковской статистики убедительно демонстрируют впечатляющую динамику роста кредитов, предоставляемых населению. За последние 2 года объем банковской задолженности (рублевой и валютной в совокупности), т.е. кредитный портфель населения увеличился почти в 4 раза, составив в ноябре 2005г. 1,1 трлн. рублей (38,5 млрд. долл.). За тот же период объем банковских депозитов возрос лишь в 1,8 раза, составив 2,5 трлн. руб. (рис. 2). И этот процесс, когда прирост кредитного портфеля физлицам превышает увеличение депозитов, будет, по всей видимости, продолжаться. Показательным в этом отношении стал III квартал 2005 года, по итогам которого население выступило «чистым заемщиком», доверив банкам меньшую сумму, чем у них одолжили. (Здесь надо понимать, что берет кредиты одна категория клиентов, а размещает средства, как правило, другая). В целом же сумма денег, которую население должно всем банкам, сопоставима лишь с объемом рублевых депозитов в Сбербанке.¹ 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. С другой стороны, 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.

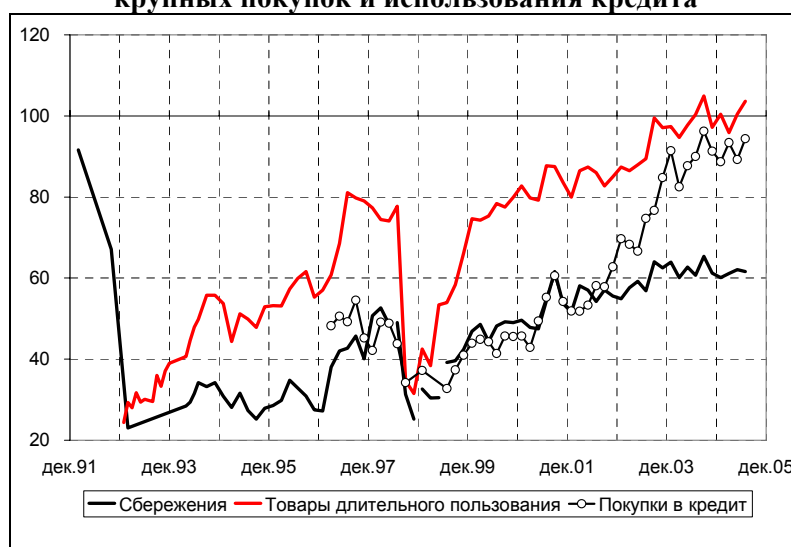
Рисунок 2. Динамика объемов депозитов и кредитного портфеля населения.

¹ Объем рублевых депозитов в Сбербанке составил в ноябре 2005г. 1136 млн. руб.



Такой рост объемов задолженности банкам отражает принципиально иную оценку населением условий для получения кредита. Если в 1998г., 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 в 2005г. численность этих групп почти сравнялась. Соответствующий индекс же оценки благоприятности условий для использования кредита вплотную приблизился к 100 пунктам. 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 2003г. 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.

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



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.

За последние 6 лет доля лиц, связывающих благоприятные условия покупок товаров длительного пользования с доступностью кредита, увеличилась с 0 до 12%, а считающих, что условия неблагоприятны из-за его недоступности – уменьшилась с 4 до 1%. Доля считающих, что условия неблагоприятны из-за невыгодности условий кредита, в 1999г. достигала 10%, а к 2004г. снизилась до 3%, причем основное падение произошло в 2000-2001гг. Именно в это время ставки процента по кредитам населению уменьшились с 50 до 20% в год. После этого ставки практически не менялись, и весь прирост задолженности населения был связан с ростом доступности.

При всех плюсах потребительского кредитования, о которых не раз уже говорилось, есть и «подводные камни», главный из которых заключается в вопросе возврата этих кредитов. Во многих развитых странах это представляет серьезную проблему, в России – пока нет (хотя просроченная задолженность, по различным оценкам, в целом растет быстрее, чем объемы кредитного портфеля), но такая опасность, причем отнюдь не гипотетическая, существует. Жить настоящим, не откладывая на потом, «увидел – купил» – это, конечно, хорошо, но вследствие этой рекламной шумихи у потребителей складывается представление, что кредит – это легко, дешево и просто, тогда как на самом деле жить в кредит – это 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, к примеру, 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 он в конечном счете точно не знает общую дополнительную стоимость, т.е. стоимость «переплаты». Думается, чрезвычайно важно сделать 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 Вы должны знать, что через два года, купив какую-то вещь сейчас, Вы возвратите, к примеру, 4 тыс. долл., которые и составляют ту самую дополнительную стоимость. Это будет способствовать как более трезвому осмыслению личных финансовых возможностей и перспектив их развития, так и укреплению взаимного доверия, недостаток которого (как со стороны граждан к финансовым институтам, так и наоборот) является одним из основных барьеров для развития российского финансового рынка.

Развитие кредитования, безусловно, будет продолжаться, причем пока еще, вероятнее всего, экстенсивными методами, т.е. не за счет повышения открытости и прозрачности, а за счет вовлечения новых слоев населения. Подавляющее большинство россиян вообще еще не пользовалась никакими кредитными продуктами. При этом далеко не все из них не пользовались кредитами в силу того, что они бедные. 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.