

УДК 336.77

***ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ КАК ВАЖНОЕ СОЦИАЛЬНОЕ
ЯВЛЕНИЕ В ЖИЗНИ РОССИЯН***

Комында А.А.

стажер,

ООО «ФедералСтрой»,

г. Владивосток, Россия

Аннотация

Статья посвящена важной социальной проблеме – развитию потребительского кредитования в России. Цель статьи заключается в рассмотрении потребительского кредитования как важного социального явления в жизни россиян. Автор изучает теоретические вопросы, связанные с кредитованием населения, а также рассматривает масштабы и современные факторы развития потребительского кредитования в России.

Ключевые слова: кредит, потребительское кредитование, социальное развитие, особенности потребительского кредитования, краткосрочные кредиты, факторы развития кредитования, качество жизни.

***CONSUMER CREDITS AS IMPORTANT SOCIAL PHENOMENON IN THE LIFE
OF RUSSIANS***

Komynda A.A.

Intern,

«FederalStroy» Ltd,

Vladivostok, Russia

Annotation

The article is devoted to the important social problem – development of consumer crediting in Russia. The purpose of the article is to consider consumer crediting as an important social phenomenon in the life of Russians. The author studies theoretical questions connected with crediting population, and also considers the scale and modern factors of development of consumer crediting in Russia.

Keywords

Credit, consumer crediting, social development, characteristics of consumer crediting, short-term credit, factors of crediting development, quality of life.

Кредиты прочно вошли в нашу жизнь. Кредит – это система социально-

экономических отношений, связанных с передачей от одного собственника другому во временное пользование ценностей в любой форме (товарной, денежной, нематериальной) на условиях возвратности, срочности, платности. Денежно-кредитные отношения представляют собой сложный механизм, порождающий комплексные общественные связи, способны как облегчить и упростить товарообмен, так и создать определенные преграды на пути движения продукта [1].

В условиях рынка роль и значение финансово-кредитных рычагов резко возрастают и становятся главными. Финансово-кредитная система – это такой сектор народного хозяйства, где наиболее эффективно работают рыночные механизмы [2].

Потребительская форма кредита исторически возникла в начале развития кредитных отношений, когда у одних субъектов ощущался избыток предметов потребления, у других возникала потребность во временном их использовании. Со временем данная форма стала распространенной и в современном хозяйстве, позволяя субъектам ускорить удовлетворение потребностей населения, прежде всего в товарах длительного пользования [3].

Потребительский кредит – это кредит, предоставляемый непосредственно гражданам (домашним хозяйствам) для приобретения предметов потребления. Такой кредит берут не только для покупки товаров длительного пользования (квартиры, мебель, автомобили и т. п.), но и для прочих покупок (мобильные телефоны, бытовая техника, продукты питания). Он выступает или в форме продажи товаров с отсрочкой платежа, или в форме предоставления банковской ссуды на потребительские цели, в том числе через кредитные карты. При этом взимается довольно высокий процент. В отличие от других кредитов, объектом потребительского кредита могут быть и товары, и деньги. Товарами, продаваемыми в кредит, как и оплачиваемыми за счет банковских ссуд, являются предметы потребления длительного пользования [4].

Особое развитие потребительский кредит получил в условиях общего кризиса

капитализма (главным образом после 2-ой мировой войны 1939-1945) в связи с резким усилением несоответствия между ростом производства и ограниченностью платежеспособного спроса трудящихся. В настоящее время потребительский кредит выполняет определенные функции: обличает перераспределение капиталов между отраслями хозяйства и тем самым способствует образованию средней нормы прибыли, стимулирует эффективность труда, расширяет рынок сбыта товаров, ускоряет процесс реализации товаров и получения прибыли, является мощным орудием централизации капитала, ускоряет процесс накопления и концентрации капитала [3].

История активного потребительского кредитования в России началась в первой половине 2000-х годов, когда в 2005 г. объем выданных населению потребительских кредитов удвоился, и к концу года превысил триллион рублей. За период 2005-2016 годы объем кредитной задолженности российского населения вырос в 16,5 раз и уже в начале 2014 г. превысил 10 трлн руб. Темпы роста кредитования в 4 раза превысили темпы роста совокупных денежных доходов населения в номинальном выражении. Темпы роста кредитования за 11 лет в 1,5 раза превысили темпы роста совокупного объема депозитов населения. Но, несмотря на такой высокий темп роста, отношение объема ссудной задолженности на конец года к годовому объему потребительских расходов остается на относительно низком уровне. Это объясняется эффектом низкого старта. Так, в 2005 г. это соотношение составляло всего 12%. Достигнув локального максимума в 21% в 2008 г., оно в 2009 г. снизилось до 16%. Следующий локальный максимум (32%) был достигнут в конце 2014 г. По сравнению с зарубежными развитыми странами, где это соотношение зачастую превышает 100%, этот показатель в России остается на относительно низком уровне [5, с. 8].

Около половины всего объема выдаваемых кредитов занимают краткосрочные кредиты от 6 до 24 месяцев кредитов на покупку потребительских товаров, выдаваемых под 26-46% годовых. Следует отметить, что за рубежом доля

таких кредитов занимает до 25% от всего объема потребительского кредитования. Получается, что в России процесс кредитования имеет четкий перекося от инвестиционных целей к удовлетворению краткосрочных потребностей. Какие факторы в настоящее время провоцируют население к краткосрочным займам и способствуют наращиванию «коротких» и дорогих кредитов?

1. *Повышение возможностей и желаний к удовлетворению потребностей, которые ранее (10 или 20 лет назад) были труднодоступны.* Речь идет в первую очередь о таких традиционно дорогих товарах и услугах, как автомобили, путешествия, долгосрочная бытовая техника, мебель, верхняя одежда и т.д. Стандарты потребления существенно изменились в сторону быстрого обновления и расширения круга потребительских товаров. Каждый здоровый взрослый человек практически в любом возрасте старается не отставать в масштабах потребления от своего ближайшего окружения, демонстрируя принадлежность к тому или иному уровню жизни. Развитие туристического бизнеса, международных транспортных направлений дает возможности реализовать потенциал отдыха и развлечений на более высоком уровне, чем внутри страны, и это влечет за собой развитие еще одного направления потребления и кредитования [6].

2. *Развитие рынка социальных услуг.* В первую очередь здесь речь идет об услугах образования и здравоохранения. Лозунг «образование сквозь жизнь», развитие дополнительного профессионального образования, повышение удельного веса платного образования, широкий круг коммерческого медицинского обслуживания, которое большинством населения рассматривается как быстрое и качественное, способствует развитию займов в этих важнейших областях. Специалисты говорят о неуклонном повышении доли кредитов на образование и лечение в общей структуре кредитов в стране [7].

3. *Внутренняя миграция населения.* Переезды – еще один мощный дополнительный фактор развития краткосрочного кредитования. Внутренняя миграция, переезды и обустройство на новом месте, поиск работы и т.п. – серьезный

источник расходов для людей и источник доходов для кредитующих банков. Центральные российские регионы показывают высокие темпы роста развития во многом благодаря активному привлечению населения и рабочей силы из других регионов, которая выступает стимулом повышения внутреннего спроса и потребительского кредитования [8; 9].

4. *Развитие предпринимательства.* Несмотря на то, что потребительское кредитование воспринимается как кредитование на потребительские нужды, в целом ряде случаев самозанятое население и малые предприниматели используют данный вид кредитования как источник пополнения средств для бизнеса. Ведь не всегда банки готовы выдать кредиты на бизнес тем предпринимателям, которые показывают скромные обороты и результаты деятельности. Развитие социума и экономики регионов, реализация различных проектов международного сотрудничества влечет за собой активизацию деятельности малых предпринимателей и, соответственно, востребованность ими денежных средств [10].

5. *Сдерживание роста реальных доходов населения.* Определенный уклад российской экономики, негативный внешний политический фон (санкции, например) сдерживают рост реальных доходов населения, что напрямую влияет на необходимость кредитования. Статистика России показывает, что рост реальных доходов граждан традиционно отстает от роста уровня цен на 30-40% [11]. В ряде случаев краткосрочное кредитование остается единственной возможностью при скромных финансовых возможностях получить желаемый товар или услугу.

Как говорят ученые, потребительский кредит может оказаться «долговой ямой», так как, лишаясь заработка в результате безработицы или по еще какой-либо причине, может возникнуть такая ситуация, что люди не смогут погашать свою задолженность. Важно также заметить, что потребительский кредит уменьшает текучесть кадров посредством того, что вынуждает людей, как можно крепче держаться за свое рабочее место. Таким образом, потребительский кредит является

сильным фактором подъема народного благосостояния, опорой современного хозяйства, неотъемлемым элементом социального развития [3].

Библиографический список:

1. Деньги, кредит, банки: учебник и практикум для академического бакалавриата: учебник для студентов вузов; под ред. В.Ю. Катасонова, В.П. Биткова. – М.: Юрайт, 2016. – 499 с.

2. Финансы и кредит: учеб. пособие для студентов. Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Кнорус, 2016. – 320 с.

3. Kavruk E.S. Economic entity of consumer credit // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2007. – № 30. – С. 99-115.

4. Банки и банковское дело: учебник и практикум для академического бакалавриата. Под ред. В.А. Боровковой. – М.: Юрайт, 2016. – 390 с.

5. Березин И.С. Средний класс России перешел к «сберегательной» модели потребительского поведения // Казанский экономический вестник. – 2016. – № 2(22). – С. 5-12.

6. Сидорюк И.В., Красова Е.В. Роль международных транспортных коридоров в экономике Приморского края // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2012. – № 1. – С. 52-63.

7. Кривошапова С.В., Саласкина И.Д., Зайцева Е.Ю. Оценка кредитного потенциала банков России // Карельский научный журнал. – 2017. – Т. 6. – № 2 (19). – С. 131-135.

8. Красова Е.В. Иностранная рабочая сила как элемент воспроизводства трудовых ресурсов региона // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2-21. – С. 4722-4726.

9. Горбенкова Е.В. Привлечение иностранной рабочей силы на Дальний Восток России: подходы к проблеме и предпосылки развития // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 1. – С. 285-288.

10. Латкин А.П., Горбенкова Е.В. Российско-южнокорейское деловое сотрудничество в Приморском крае: из 1990-х в 2000-е. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2010. – 228 с.

11. Затраты на рабочую силу и заработная плата [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росстата. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour_costs/.