



**МОНИТОРИНГ
ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ
(ПРОЕКТ «МФАН»)**

ВЫПУСК 4

ДИНАМИКА ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ 2000-2004

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ДОКЛАД

Москва
Июнь 2004

Авторский коллектив:

Задорин И.В. (ЦИРКОН) - руководитель

Пахомова Е.И. (ВЦИОМ)

Седова Н.Н. (ВЦИОМ)

Подготовка первичных материалов и анализ данных:

Алексеева В.А. (ЦИРКОН)

Зайцев Д.Г. (ЦИРКОН)

Комисаров А.А. (ЦИРКОН)

Приглашенные эксперты:

Кузина О.Е. (ГУ - ВШЭ)

Петухов В.В. (ИКСИ РАН)

Организация работ и продвижение:

Задорин И.В. (ЦИРКОН)

Поликанов Д.В. (ВЦИОМ)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Концепция и история проекта	4
Цели и Задачи проекта в целом и особенности «МФАН-2004»	4
1. УСЛОВИЯ (КОНТЕКСТ) ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ В 2000 – 2004 ГОДАХ	7
1.1. Социально-политический контекст	7
1.2. Социально-экономический контекст	10
1.3. Правовой контекст	13
2. ДИНАМИКА "ОБЪЕКТИВНЫХ" ИНДИКАТОРОВ ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ	17
3. ДИНАМИКА "СУБЪЕКТИВНЫХ" ИНДИКАТОРОВ ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ	22
3.1. Тренды субъективных самооценок финансового положения	22
3.2. Формы и виды финансовой активности населения	29
4. ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ (АКТИВНОСТИ) РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ ...	36
4.1. Самооценка финансового положения	36
4.2. Формы и виды финансовой активности	40
4.3. Особенности воздействия социо-культурных факторов финансовой активности в различных социально-демографических группах	44
5. ДОХОД КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	49
6. ОСОБЕННОСТИ СБЕРЕГАТЕЛЬНОГО И ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	56
6.1. Сбережения и пенсионные накопления	56
7. ОСОБЕННОСТИ ЗАЕМНОГО (КРЕДИТНОГО) ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	63
7.1. Динамика заемного поведения населения	63
7.2. Особенности заемного поведения различных социально-демографических групп ..	69

ВВЕДЕНИЕ

Настоящий доклад «Динамика финансовой активности населения России в 2000-2004 гг.» является очередным результатом долгосрочного проекта по созданию *системы всероссийского мониторинга финансовой активности населения России (МФАН)*¹.

Цель проекта – создание постоянно действующей системы сбора и анализа информации о финансовой активности населения РФ. Такая информация крайне необходима как для разработки государственной политики по эффективному вовлечению денежных средств населения в экономический оборот, так и для совершенствования маркетинговой политики компаний, работающих с деньгами физических лиц.

КОНЦЕПЦИЯ И ИСТОРИЯ ПРОЕКТА

Первоначально концепция проекта была разработана в самом начале 2000 года в качестве заявки на грант МОНФ². Несмотря на отсутствие внешнего финансирования в том же году был проведен первый тур всероссийских опросов.

По результатам двух экспериментальных туров всероссийских опросов общественного мнения (март 2000 г. и февраль 2001 г.) в апреле 2001 года при поддержке ИБГ «НИКойл» и ОАО «Росгосстрах» подготовлен аналитический доклад «Динамика финансовой активности населения России в 1995-2001 годах». В докладе проанализированы *основные факторы*, определяющие *сберегательное поведение* россиян, описаны *типичные инвестиционные стратегии* жителей России и важнейшие *тенденции изменения финансовой активности населения*, представлен *прогноз развития ситуации* и *рекомендации* для финансовых компаний и органов государственного регулирования по вовлечению средств населения в экономический оборот. С марта 2002 года доклад открыт для широкой общественности³.

Весной 2002 года в содружестве с Фондом «Общественное мнение» и Ассоциацией региональных социологических центров проведен третий тур МФАН, в рамках которого особое внимание было уделено изучению отношения населения к *государственным займам (облигациям)*.

В мае 2003 года и марте 2004 года совместно с ВЦИОМ проведены очередные всероссийские опросы, в большей степени посвященные вопросам *кредитного поведения* населения России.

К сожалению, исследования 2002 и 2003 гг. не нашли воплощения в соответствующих докладах. Несмотря на это авторы присвоили настоящему докладу номер 4 по числу уже проведенных туров МФАН.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА В ЦЕЛОМ И ОСОБЕННОСТИ «МФАН-2004»

На протяжении уже длительного времени российская экономика испытывает хронический дефицит инвестиционных ресурсов, одним из потенциальных источников

¹ Проект осуществляется Исследовательской группой ЦИРКОН с 2000 года, с 2003 г. - совместно с ВЦИОМ.

² И.Задорин, О.Кузина, Е.Молчанова "Создание системы всероссийского мониторинга финансовой активности населения". Проект. Версия 2.// Август 2000г. (см. <http://www.zircon.ru/russian/news/zip/010126.zip>).

³ И.Задорин, О.Кузина, Д.Стребков «Динамика финансовой активности населения России в 1995-2001 годах». Эксклюзивный маркетинг. Вып. 3 (24). 2001 г. (см. <http://www.zircon.ru/russian/publication/2/010324.zip>).

которых являются сбережения населения. Однако опыт последних лет свидетельствует о том, что резервы денежных средств, которые имеются у населения, используются неэффективно – как с позиции их обладателей, так и с макроэкономической точки зрения. Граждане не доверяют коммерческим банкам и инвестиционным компаниям. В результате перед домохозяйствами остается довольно ограниченный выбор сберегательных возможностей: либо хранить деньги на счетах Сберегательного банка, либо делать сбережения в виде наличной валюты.

Отсутствие у населения доверия к большинству финансовых институтов не только негативно сказывается на домохозяйствах в виде упущенной ими выгоды, но и отрицательно влияет на экономику в целом. Значительная часть денежных средств оказывается недоступной производителям товаров и услуг ни в качестве инвестиционного ресурса, ни в виде потребительского спроса (что, в свою очередь, также уменьшает капиталовложения).

При этом выработка эффективных решений в области вовлечения средств населения в экономический оборот и обоснование рекомендаций по стимулированию организованных форм сбережений различного рода осложняется *отсутствием систематизированной информации* о механизмах финансового поведения населения, разрозненностью результатов исследований различных аналитических центров по данной теме, недостатком данных, позволяющих анализировать основные характеристики финансового поведения различных групп населения в динамике.

Известно, что финансовое поведение населения является сложным, многофакторным и динамичным феноменом. Поэтому формирование экономической политики в данной сфере требует привлечения широкого круга информации различного рода. Сведения о финансовой активности населения России за последние 8-9 лет в целом достаточно обширны. Однако, как правило, исследования проводились на основе разных методологических подходов, преследовали различные цели, и зачастую являлись закрытыми. Все это делает невозможным корректное сопоставление данных различных исследовательских проектов с целью надежного изучения динамики и перспектив финансовой активности россиян.

Отсутствие научно обоснованной и действующей системы мониторинга различных показателей финансовой активности населения и комплексирования (сведение в единое) разнородной информации не позволяет оперативно и обоснованно обеспечивать аналитическую поддержку (в т.ч. экспертизу) весьма актуальных проектов в финансово-экономической сфере - от разработки государственных программ по вовлечению средств населения в экономический оборот до продвижения на рынке соответствующих финансовых инструментов массового использования. Недостаток в ней испытывают как финансовые учреждения, работающие со средствами населения (банки, страховые и инвестиционные компании, негосударственные пенсионные фонды и пр.), так и разработчики государственных программ (федерального, региональных, муниципальных уровней).

Как уже указывалось выше, главной **целью** проекта МФАН в целом является сбор и анализ информации о финансовой активности населения РФ, а также о социально-экономических и социально-психологических факторах, обуславливающих эту активность.

В ходе последних двух туров мониторинга (2003-2004 гг.) предполагалось решение как общих для всего проекта, так и специфических **задач**:

- Отслеживание динамики денежных доходов и расходов россиян, а также изменений в их структуре;

- Выявление и объяснение эмпирических зависимостей сберегательного поведения от социально-экономических характеристик домохозяйств;
- Выявление существующих стратегий и моделей сберегательного поведения населения России, их типологизация, оценка распространенности, популярности и т.п.;
- Анализ внешних факторов и условий (в т.ч. социально-экономических, социально-политических и т.п.), влияющих на финансовое (в частности, сберегательное и инвестиционное) поведение населения РФ;
- Выявление ограничений, снижающих сберегательную активность населения или направляющих ее в неорганизованные формы.

В самые последние годы с ростом экономики и производства товаров актуализировался вопрос о потребительском кредитовании как средстве стимулирования спроса. Естественно, этот вопрос серьезно связан с определенными стереотипами финансового поведения населения, принципиальным отношением к займам и кредитам. В 2003-2004 гг. в рамках опросов по проекту МФАН в анкету вставлялся специальный блок, посвященный кредитному (заемному) поведению россиян.

1. УСЛОВИЯ (КОНТЕКСТ) ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ В 2000 – 2004 ГОДАХ

В целом период 2000-2004 гг. можно назвать весьма благоприятным для повышения (развития) финансовой активности граждан РФ. Социально-политическая ситуация оставалась стабильной и относительно спокойной. Высокий уровень доверия центральной власти, достигнутый в начале 2000 года, сохранился практически неизменным до последнего времени. В течение всего анализируемого периода в стране наблюдался экономический рост, сопровождавшийся ростом реальных доходов населения. Совершенствовались законодательство, касающееся различных аспектов финансового поведения населения.

1.1. СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Известно, что характер финансового поведения населения в конкретный исторический период в значительной степени определяется социально-политическим контекстом, прежде всего – уровнем политической и социальной стабильности в обществе. С точки зрения повышения финансовой активности граждан большое значение имеют: *устойчивость федеральной власти, сохранение равновесия основных социально-политических сил, отсутствие широкомасштабных социальных конфликтов*. При таких условиях у домохозяйств с одной стороны появляется возможность выстраивать более долгосрочные экономические стратегии (в т.ч. сберегательные, инвестиционные, кредитно-заемные и т.п.), с другой – снижаются риски неправомерной ликвидации финансовых институтов – основных контрагентов финансовой активности граждан.

Рассмотрим основные тенденции периода 2000-2004 гг. с точки зрения изменений социально-политической ситуации в стране.

Приход к власти В.Путина оказал преобразующее влияние на всю политическую систему России. Федеральный центр (президентская власть) приступила к укреплению своих позиций. Ключевыми политическими ресурсами Кремля стал контроль над "президентским блоком" в системе исполнительной власти ("силовые" структуры и внешняя политика) и общественная поддержка, сохранившаяся на высоком уровне в течение всего периода после президентских выборов 2000 г. (феномены рейтинга и "путинского большинства").

Широкая общественная поддержка становится главным условием развития политического моноцентризма, поэтому ее сохранение превратилось в важнейшую политическую функцию. С приходом В. Путина поддержание социальной стабильности становится одним из первостепенных политических приоритетов. Неструктурированная, но прочная связь с обществом, политическим воплощением которой стал президентский рейтинг, осознается как ценный политический ресурс. Крупные политические решения соизмеряются с тем, как они могут повлиять на социальное равновесие. Значительное присутствие социально-слабых групп в составе "пропрезидентского большинства" удерживает Кремль от радикализации экономического курса (отмена реформы ЖКХ через повышение цен) и побуждает уделять повышенное внимание обеспечению регулярности в выплате пенсий и зарплат бюджетникам»⁴.

⁴ Зудин А.Ю. Путин: итогов первого срока. // <http://www.politcom.ru/2003/prognoz6.php>.

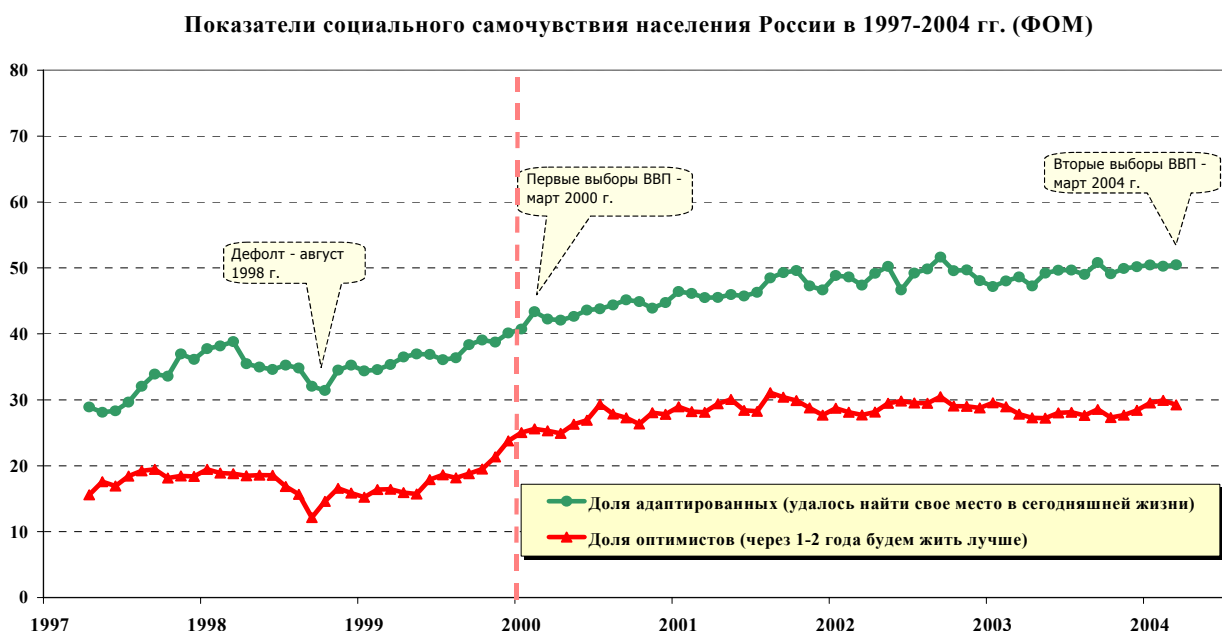
Выстроенная за короткое время «вертикаль» государственной власти позволила обуздать региональную вольницу и в известной мере восстановила единое правовое пространство страны. Объединение двух партий власти («Единство» и «Отечество-Вся Россия») в одну организацию создало устойчивое парламентское большинство, обеспечивающее исполнительной власти гарантированную законодательную поддержку. Декларированная «равноудаленность» власти от различных финансово-промышленных групп позволила заметно снизить накал межолигархических войн. Кроме того, в течение длительного времени не наблюдалось серьезного перераспределения собственности (два-три пострадавших олигарха ельцинского призыва в расчет приняты быть не могут).

Таким образом, на какое-то время в стране было установлено и соблюдалось политическое равновесие (баланс интересов), основанное прежде всего на электоральной монополии В.Путина.

Становление политического режима В. Путина оказалось связано с масштабным изменением общественных настроений. В массовом сознании появилась отчетливая «мажорная нота». Составляющими общественных настроений стали повышение *социального самочувствия* и рост *доверия власти*.

Улучшение социального самочувствия. Этот фактор заявил о себе в самом начале путинского периода. К концу 2000 года доля граждан, заявляющих, что им удалось найти свое место в сегодняшней жизни, увеличилась по сравнению с началом 1999 года на 10% и продолжала расти. Еще выразительнее (на 15%, в два раза!) выросла за тот же период доля респондентов, выражающих надежду на улучшение своей жизни в ближайшие 1-2 года (см. рис. 1.1-1).

Рисунок 1.1-1. Динамика основных показателей социального самочувствия в 1997-2004 гг (ФОМ)



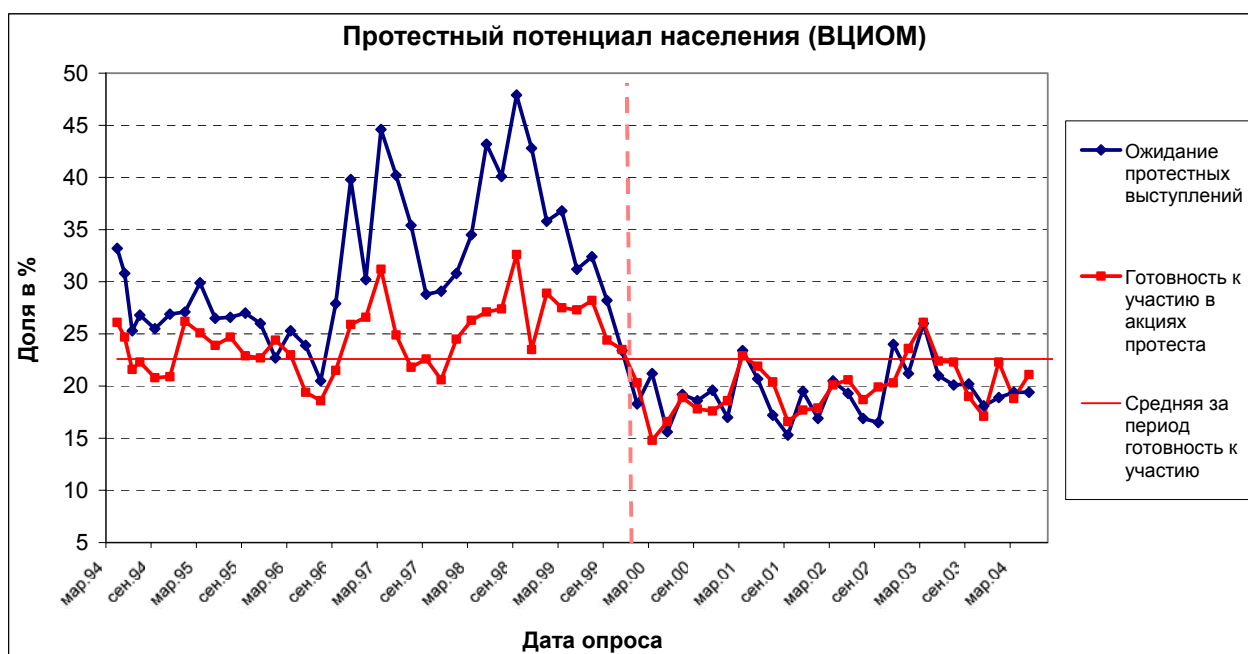
Новое доверие к власти. Другим отличительным знаком первого президентского срока В.Путина стало повышение доверия к власти в обществе. По данным ВЦИОМ, с сентября 1999 г. по март 2000 г. доверие Президенту РФ выросло в 24 раза – с 2% до 48%... Выросло доверие, хотя и в более скромных масштабах, и к другим органам государственной власти... (см. рис 1.1-2).

Рисунок 1.1-2. Индекс доверия федеральным органам власти РФ (ВЦИОМ)⁵



Естественно, что повышение доверия к власти резко уменьшило социальную напряженность и конфликтность в обществе. Протестный потенциал населения (ожидание акций протеста и готовность к участию в них) снизился до минимальных за время измерения (с 1994 г.) значений (см. рис. 1.1-3).

Рисунок 1.1-3.



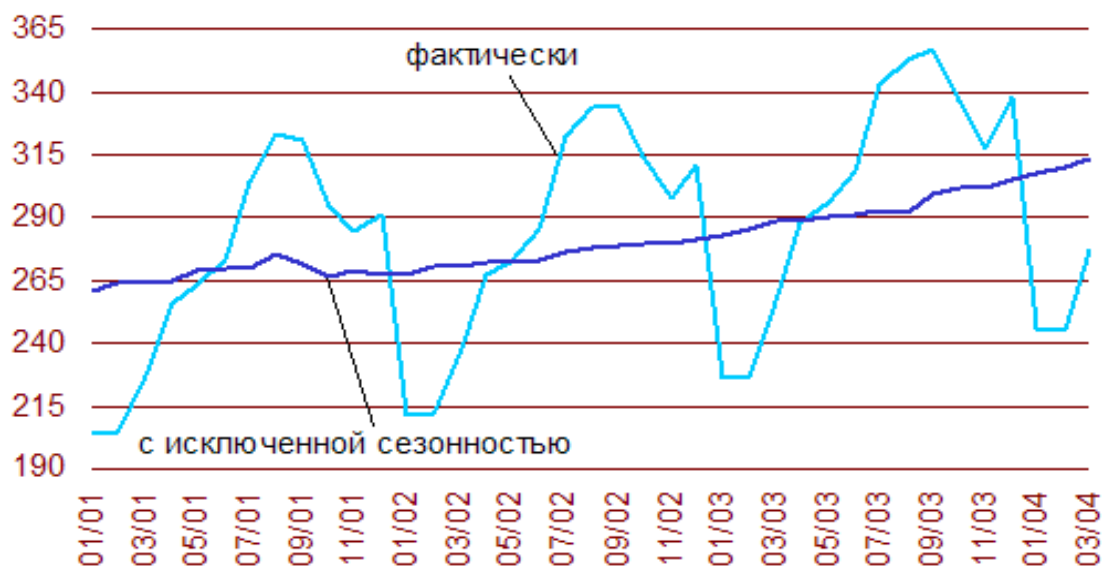
⁵ Индекс доверия конкретному органу власти рассчитывался на основе анализа распределения ответов респондентов на вопрос «В какой мере заслуживают доверия следующие органы власти (вполне заслуживает, не вполне заслуживает, совсем не заслуживает)?». Значение индекса равно разнице между долей доверяющих и недоверяющих, деленной на долю всех ответивших на вопрос (т.е. без затруднившихся с ответом).

1.2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Анализируемый период характеризовался стабилизацией социально-экономического положения в стране, сопровождавшейся улучшением ряда макроэкономических показателей.

На протяжении всего анализируемого периода наблюдался рост валового внутреннего продукта (ВВП) (см. рис. 1.2-1).

Рисунок 1.2-1. Валовой внутренний продукт (Госкомстат, млрд. руб., в сопоставимых ценах 01.1998)



«Для российской экономики посткризисный период (1999–2002 гг.) был одним из самых успешных не только за годы реформ, но и за всю послевоенную историю. За четыре года ВВП увеличился на 26%, промышленное производство – на 35%, конечное потребление домашних хозяйств – на 25%, инвестиции в основной капитал – на 38%»⁶.

«Основой ускорения стал экспортный бум, вызванный высокими ценами на нефть и газ, а также на другие сырьевые товары российского экспорта. Прирост экспорта определил около 54% роста экономики. При этом вклад увеличения экспортных цен составил всего около 10%, тогда как почти половина прироста ВВП была вызвана увеличением физических объемов экспорта сырья и топлива. Но все же оставшиеся 3,2-3,5 процентных пункта прироста ВВП целиком пришлось на долю внутренних факторов и, в первую очередь, на повышенную инвестиционную активность - прирост инвестиций в 2003 г. составил 11,9% против 2,6% в 2002г...»⁷.

Рост экономики естественным и благоприятным образом сказался на увеличении занятости населения. Официальный уровень безработицы снизился почти на треть (см. рис. 1.2-2). Кроме того, доходы граждан практически освободились от негативного влияния неплатежей и задолженности по выплатам зарплаты, пенсий и пособий (см. рис. 1.2-3).

⁶ А. Белоусов. Экономический рост в России: преодолевая барьер низкой конкурентоспособности. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования // <http://www.forecast.ru/mainframe.asp>

⁷ Обзорение российской экономики за 2003 г. Центр развития. // <http://www.dcenter.ru/docs/619.pdf>.

Рисунок 1.2-2. Динамика уровня безработицы (Госкомстат)

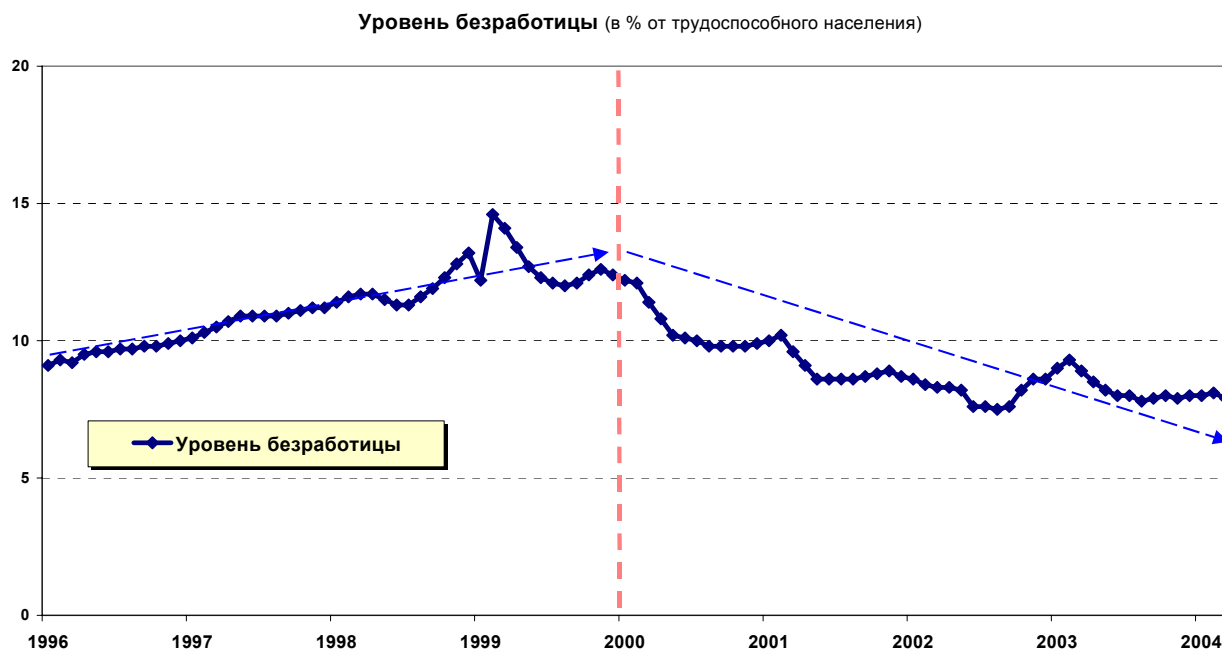


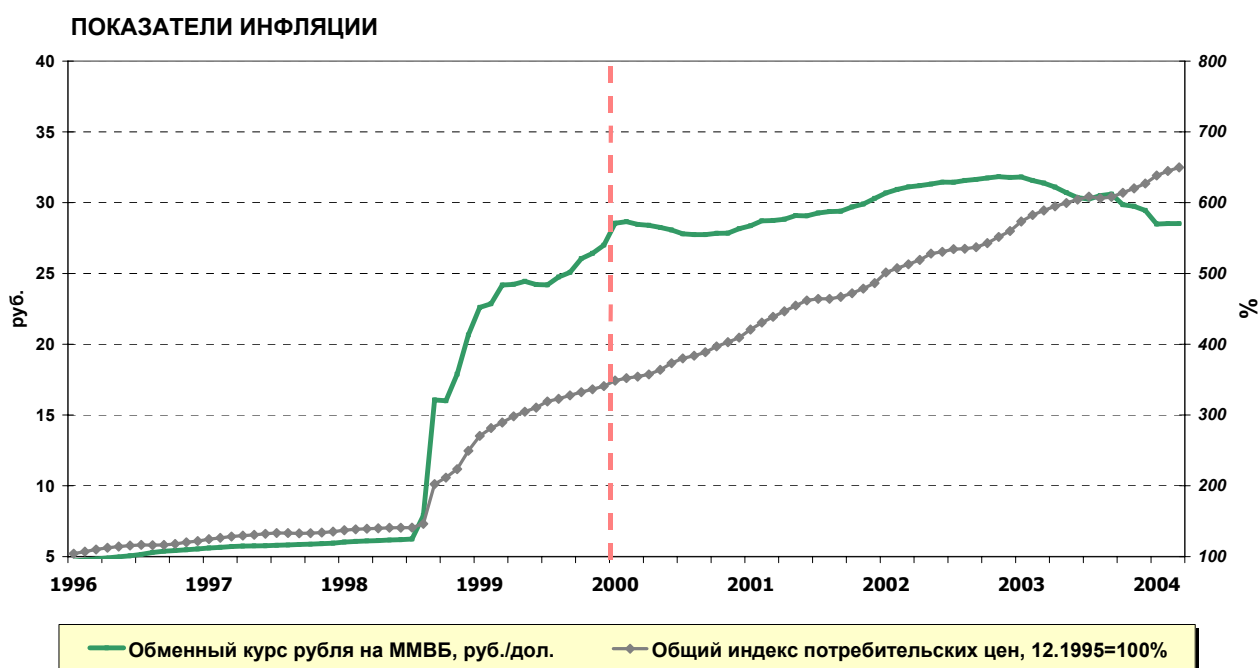
Рисунок 1.2-3. Номинальные доходы населения и задолженность по зарплате (Госкомстат)



В 2003 году «денежным властям, несмотря на рекордные темпы роста резервов (26 млрд. долл.) и денежного предложения, удалось удержать инфляцию в планируемых пределах - 12%...»⁸. И вообще, показатели инфляции в анализируемый период держались в «рамках приличия», а колебания обменного курса рубля к доллару США можно признать небольшими (см. рис. 1.2-4).

⁸ Обзорение российской экономики за 2003 г. Центр развития. // <http://www.dcenter.ru/docs/619.pdf>

Рисунок 1.2-4. Динамика основных показателей инфляции



На этом фоне (рост номинальных доходов и ограничение инфляции) естественно росли реальные располагаемые доходы населения (см. рис. 1.2-5).

Рисунок 1.2-5. Реальные располагаемые доходы населения (Госкомстат, млрд.руб., в сопоставимых ценах 01.1998)

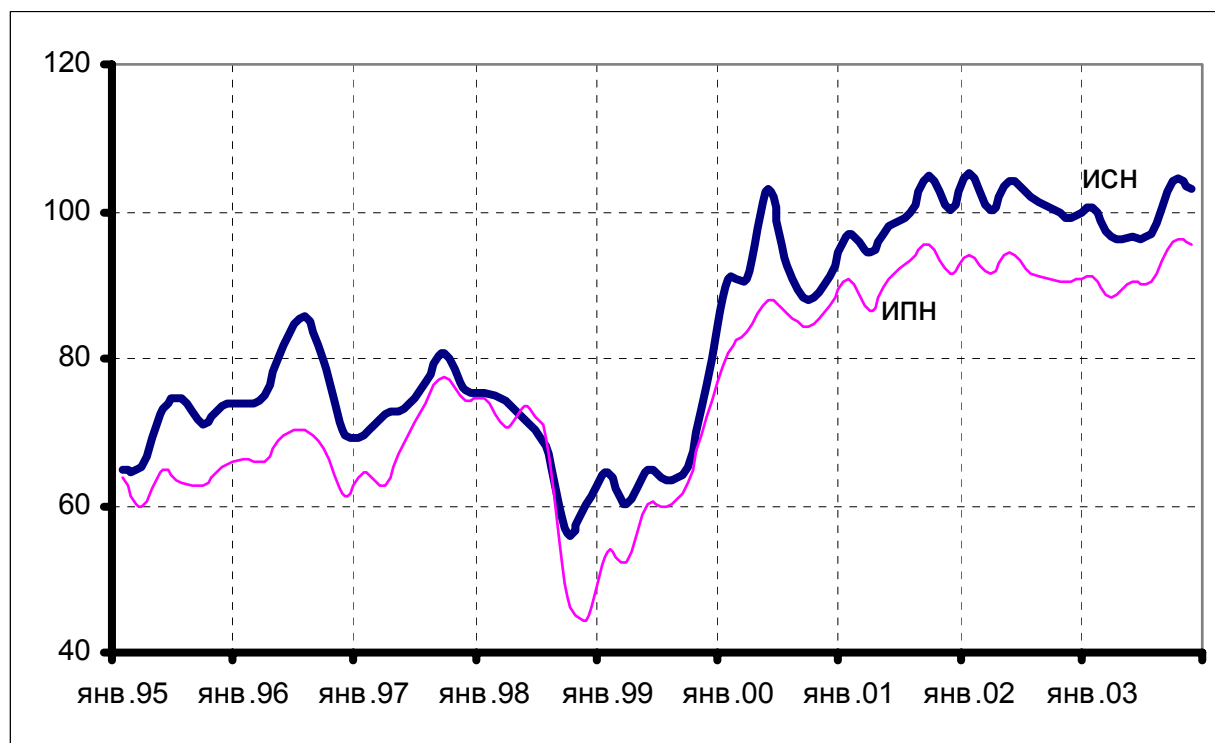


В целом за период с конца 1999 г. до начала 2004 г. реальные располагаемые денежные доходы населения выросли по разным подсчетам (официальная статистика и независимые центры) на 35-50%⁹.

⁹ См. например, А. Белоусов. Экономический рост в России: преодолевая барьер низкой конкурентоспособности. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования // <http://www.forecast.ru/mainframe.asp>.

Рост экономики привел к повышению как реальных доходов, так и уровня потребительского оптимизма населения страны (см. рис. 1.2-6). Продолжению «потребительского бума» во многом способствовало развитие банковского кредитования населения, а также бегство от американской валюты.

Рисунок 1.2-6. Динамика индекса социальных настроений (ИСН) и индекса потребительских настроений (ИПН) (ВЦИОМ – «Левада-центр»)



1.3. ПРАВОВОЙ КОНТЕКСТ

Весь рассматриваемый период времени государство предпринимало определенные попытки совершенствования правового контекста финансовой активности граждан.

Рассматривая этот фактор финансового поведения россиян, следует иметь в виду, что в российском законодательстве отсутствует понятие и, соответственно, система норм права о *финансовой активности* населения. Вместе с тем существуют комплексы нормативно-правовых актов, касающихся некоторых видов (форм) финансовой активности населения, таких как:

- ✓ сбережения и инвестиции (банковские, паевые, пенсионные вклады, акции и ценные бумаги, валюта и наличные, драгметаллы, антиквариат, картины, недвижимость и пр.);
- ✓ ипотечное и потребительское кредитование;
- ✓ страхование.

Сбережения и инвестиции

Одним из направлений нормотворчества, касающимся финансовой активности населения, в рассматриваемый период было *обязательное страхование вкладов населения*.

«27 декабря 2003 года вступил в силу Федеральный закон от 23.12.2003 N 177-ФЗ "О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации". Закон направлен на защиту интересов вкладчиков банков, укрепление доверия к банковской системе и стимулирование привлечения сбережений населения в банковскую систему, посредством обязательного страхования вкладов физических лиц в банках РФ... Для приведения законодательства в соответствие с нормами Закона внесены поправки в Гражданский и Налоговый кодексы Российской Федерации, в Федеральные законы "О банках и банковской деятельности", "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)", "О некоммерческих организациях"»¹⁰.

В связи с переходом к системе *накопительного пенсионного страхования* в 2004 году у граждан появилась возможность перевести накопительную часть пенсии в негосударственные пенсионные фонды (НПФ). Согласно Постановлению Правительства РФ № 379 от 30 июня 2003 г. накопительная часть трудовой пенсии может быть инвестирована в государственные облигации, облигации субъектов РФ, муниципальные облигации, корпоративные облигации, акции открытых акционерных обществ¹¹. Участие НПФ в системе накопительного пенсионного страхования стало более прозрачным с вступлением в силу Федерального закона «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон "О негосударственных пенсионных фондах"» (14.01.2003.)¹².

Совершенствовалось законодательство, связанное с развитием таких инструментов *инвестиционной активности* граждан как *паевые инвестиционные фонды (ПИФы)*. В настоящее время деятельность ПИФов регулируется указами Президента РФ, Федеральным законом «Об инвестиционных фондах» от 04.12.2001., Постановлениями Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг (ФКЦБ России)¹³. В 2003 году приняты законодательные акты по развитию паевых инвестиционных фондов недвижимости.

Говоря о нормативно-правовых актах, регулирующих отношения на *рынке акций и ценных бумаг*, следует иметь в виду, что «приняты специальные законы, защищающие права акционеров: Федеральный закон «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» (от 5 марта 1999 года) (с последующими изменениями), поправки в законы «Об акционерных обществах» и «О рынке ценных бумаг» (в 2001-02 гг. они были изменены и дополнены с целью повышения степени защиты инвесторов). Закон «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» устанавливает приоритет прав граждан над правами эмитентов ценных бумаг и профессиональных участников фондового рынка. Он также содержит стандарты раскрытия необходимой инвесторам информации о рынке ценных бумаг и его участниках, а также механизмы доступа к этой информации.

Со второго полугодия 2003 года вступила в силу новая редакция Федерального закона «О рынке ценных бумаг». Обновленный закон сделал российский рынок акции заметно прозрачнее.

Другая часть усилий государственных органов по регулированию рынка ценных бумаг заключается в контроле над выполнением нормативно-правовых актов и пресечением нарушений на рынке. По инициативе ФКЦБ разработан и представлен на обсуждение министерствам и ведомствам законопроект о поправках в Уголовный

¹⁰ Аналитический обзор: важная правовая информация для руководителя, юриста, бухгалтера // http://www.consultant.uralfirm.ru/news/?news_id=15659&show_along=1

¹¹ Пенсионная реформа в России // http://www.fcsм.ru/catalog.asp?ob_no=1742

¹² <http://www.nlu.ru/law/list/index.php>

¹³ <http://www.nlu.ru/law/>

Кодекс, которые предусматривают наказание за правонарушения на рынке ценных бумаг вплоть до пяти лет лишения свободы. На рассмотрение в Государственную Думу направлен законопроект «Об инсайдерской информации», направленный на пресечение использования крупными игроками на рынке ценных бумаг служебной информации в целях манипулирования ценами акций, облигаций и других ценных бумаг.

Кредитование

В последнее время повышенное внимание стало уделяться правовому регулированию ипотечного кредитования. Работает экспертная группа под руководством помощника Президента РФ Шувалова И.И. Этой группой был разработан пакет законопроектов по развитию ипотечного кредитования, в частности, проект федерального закона № 332228-3 "Об оптимизации условий совершения сделок жилищной ипотеки" был рассмотрен депутатами Государственной Думы (19.05.03.)¹⁴.

Правовое регулирование кредитования частных лиц и компаний в России осуществляется Конституцией РФ, Федеральными законами РФ и нормативными актами Центрального банка Российской Федерации (Банка России). Основными законами федерального значения в области жилищного кредитования являются¹⁵

- ✓ Жилищный кодекс РСФСР.
- ✓ Закон Российской Федерации от 24 декабря 1992 года N 4218-1 "Об основах федеральной жилищной политики".
- ✓ Федеральный закон от 16 июля 1998 года N 102-ФЗ "Об ипотеке (залоге недвижимости)".
- ✓ Федеральный закон "О внесении в некоторые акты законодательства Российской Федерации изменений и дополнений, направленных на развитие системы ипотечного жилищного кредитования (заимствования). Принят Государственной Думой 27 ноября 2002 года., одобрен Советом Федерации 11 декабря 2002 года., подписан Президентом РФ 24 декабря 2002 года., опубликован в "Российской газете" 27 декабря 2002 года.
- ✓ Федеральный закон "О банках и банковской деятельности" (в ред. Федеральных законов от 03.02.1996 N 17-ФЗ, от 31.07.1998 N 151-ФЗ, от 05.07.1999 N 126-ФЗ, от 08.07.1999 N 136-ФЗ, от 19.06.2001 N 82-ФЗ).

Потребительское кредитование. «...В России не существует специального законодательства, регулирующего отношения в области потребительского кредитования. Взаимоотношения между заемщиком и банком выстраиваются на основании общих норм российского гражданского и банковского законодательства, а также законодательства о защите прав потребителя. Основными нормативными актами в этой области являются Гражданский кодекс РФ, Закон "О банках и банковской деятельности" и Закон "О защите прав потребителя". В то же время, отличительной чертой стран развитой экономики (США и страны Европейского сообщества) является высокий уровень развития культуры потребительского кредитования, что характеризуется, во-первых, наличием специального законодательства, призванного детально регулировать различные аспекты потребительского кредитования; а во-вторых, наличием развитой инфраструктуры специализированных агентств и бюро, обслуживающих субъектов потребительского кредитования...»¹⁶.

¹⁴ <http://www.legislature.ru/monitor/povestka/may.html>

¹⁵ <http://www.bpi.ru/documents/699.html>

¹⁶ Мозжухов А.В., юрист Линии права. Доклад на Всероссийском конгрессе «Рынок потребительского кредитования: спрос и предложение» 11 февраля 2004 г. // <http://www.lp.ru/ru/pressrelease/2004.02.11.htm>

Страхование

К настоящему времени в целом сложилось законодательство, связанное со страховой активностью граждан. Основными законодательными актами в области страхования являются¹⁷:

- ✓ Гражданский кодекс Российской Федерации (Глава 48. Страхование)
- ✓ Налоговый кодекс Российской Федерации
- ✓ Закон о медицинском страховании граждан в Российской Федерации
- ✓ Закон об организации страхового дела в Российской Федерации
- ✓ Федеральный закон об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств.

В рассматриваемый период времени наибольший резонанс среди населения (и страховщиков) вызвал Федеральный закон об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств от 25 апреля 2002 г. №40-ФЗ.

¹⁷ <http://www.acko.ru/insurance/law/>

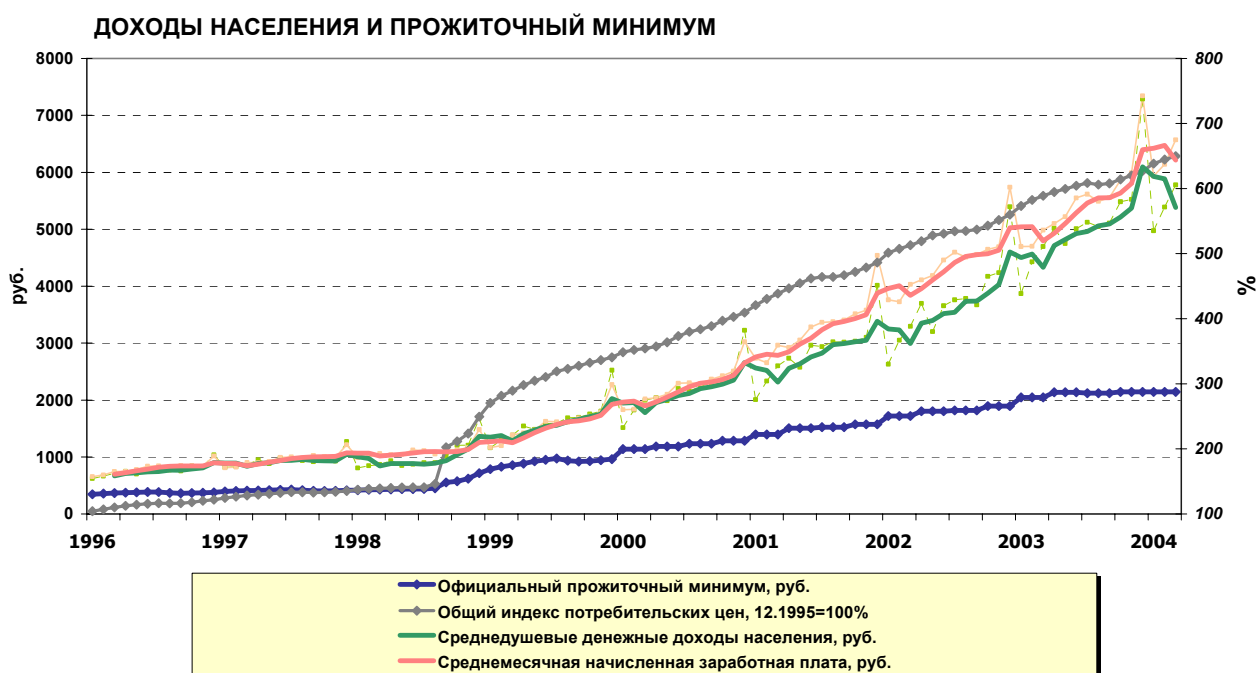
2. ДИНАМИКА "ОБЪЕКТИВНЫХ" ИНДИКАТОРОВ ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

В 1999-2000 гг. благодаря улучшению макроэкономической ситуации появились условия для качественного сдвига в области доходов населения, потребления и финансово-сберегательного поведения. Практически все фиксируемые официальной статистикой основные индикаторы экономического положения населения в 2000-2004 гг. демонстрируют восходящие тренды. Рост доходов корректирует структуру потребления, увеличивает склонность к сберегательным формам финансовой активности, в частности, к организованным сбережениям.

Анализируемый период характеризуется существенным ростом доходов населения. К концу 1998 года выяснилось, что важнейшим последствием финансового кризиса и падения курса рубля стал т.н. эффект импортозамещения, благотворно сказавшийся на хозяйственном положении предприятий, ориентированных на внутренний рынок. Это в сочетании с благоприятной внешнеторговой конъюнктурой создало основные предпосылки для высоких темпов экономического роста, который, в свою очередь, повлиял на доходы населения.

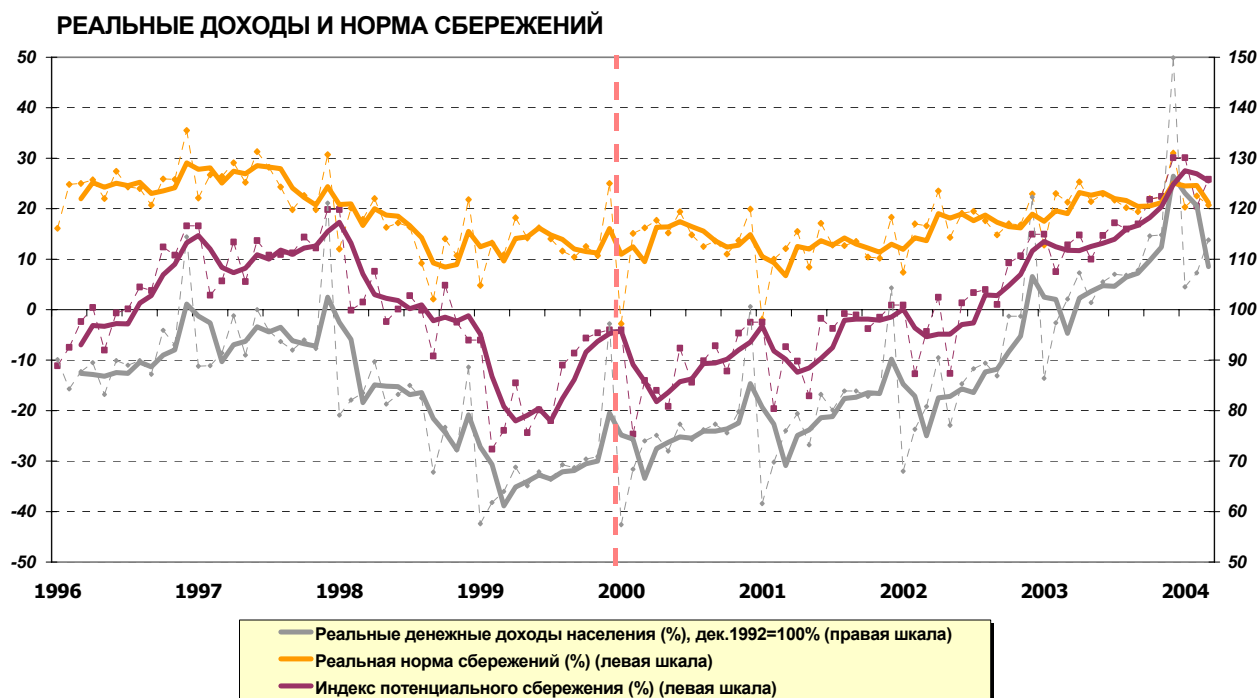
В 2000-2004 гг. начисленная заработная плата и среднедушевые доходы на душу населения по данным официальной статистики быстро росли (см. рис. 2-1). Что особенно важно - со значительным опережением инфляции. Так, инфляция за рассматриваемый период составила 83,7%, а начисленная заработная плата и доход на душу населения выросли на 215% и 167% соответственно. Это означает заметный рост реальных доходов населения. Отметим также, что Правительство устанавливало величину прожиточного минимума с опережением инфляции: официальный прожиточный минимум в 2000-2004 гг. вырос на 154%.

Рисунок 2-1.



Результаты исследований показывают, что люди стремятся делать накопления даже в очень трудных экономических условиях. Вполне логично ожидать, что по мере улучшения этих условий будут возрастать желание и способность делать сбережения. На рис. 2-2 мы видим, что рост реальных доходов населения сопровождался двукратным увеличением реальной нормы сбережений.

Рисунок 2-2.



При этом структура сбережений качественно изменилась. Если до 2000 года практически единственным инструментом накоплений была иностранная валюта, то затем более заметную роль начинают играть банковские вклады и ценные бумаги. А к концу рассматриваемого периода организованные формы сбережений уже доминируют (см. рис. 2-3). Накопления во вкладах и ценных бумагах начали составлять реальную конкуренцию иностранной валюте с 2000 г., став для россиян к 2002г. главным сберегательным инструментом (см. рис. 2-4).

Рисунок 2-3.

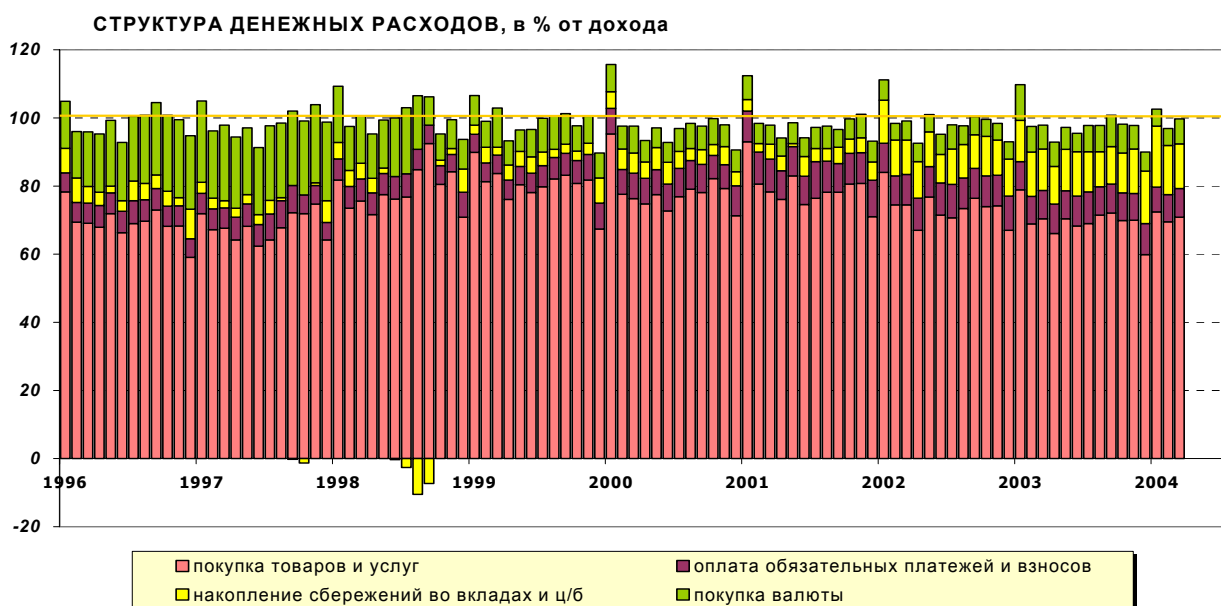
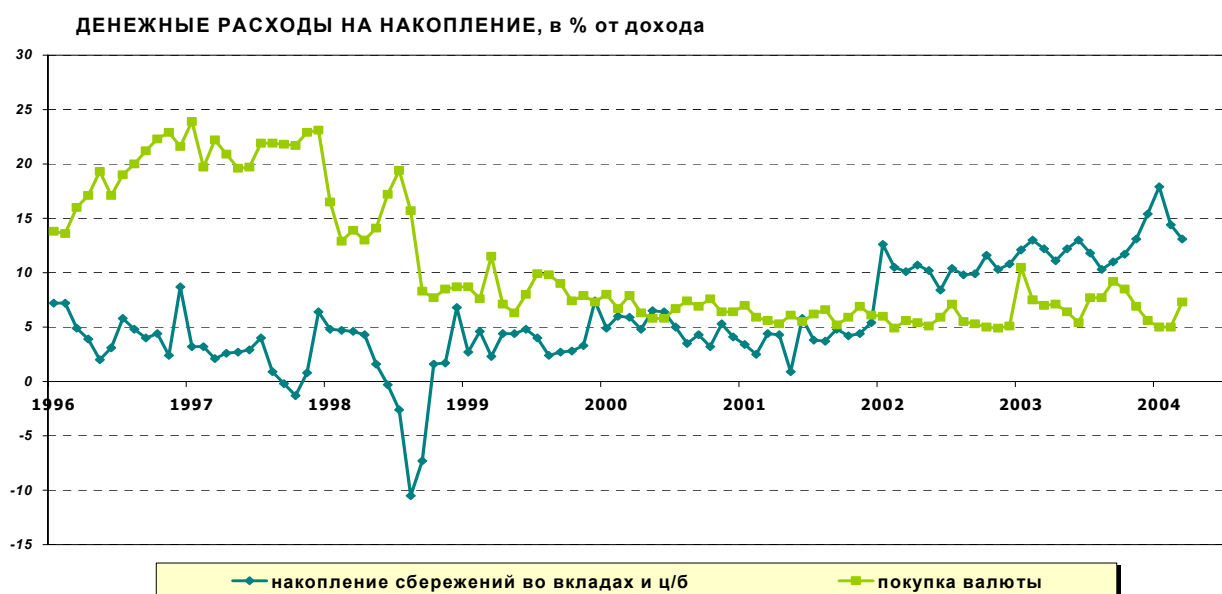


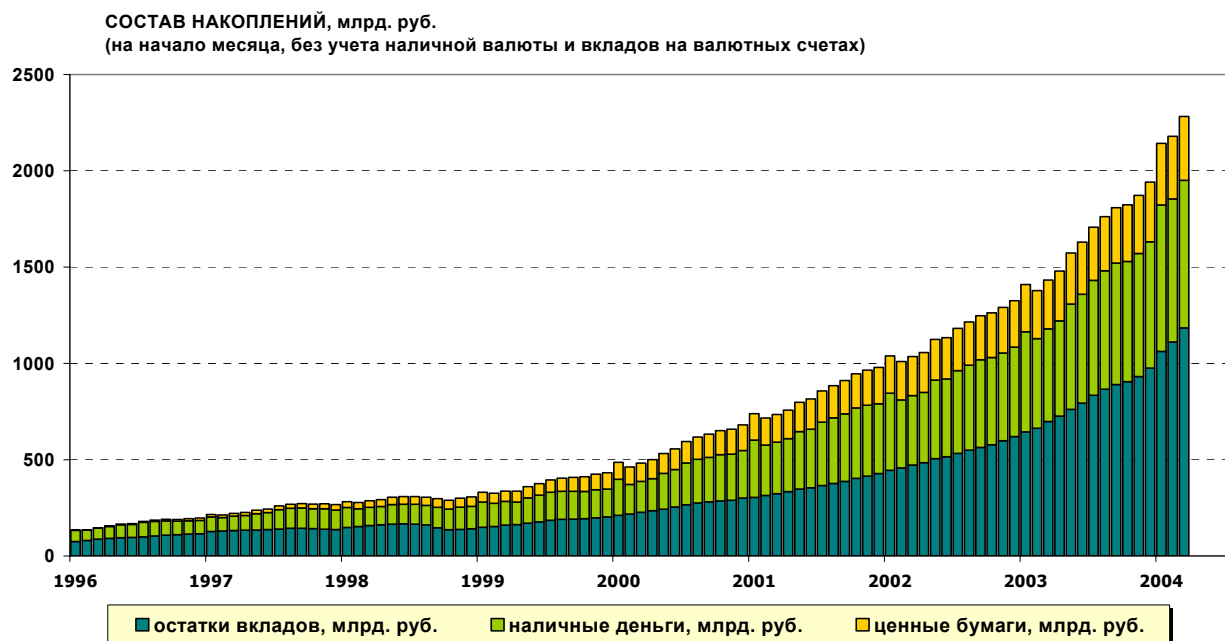
Рисунок 2-4.



Во многом это связано с постепенным восстановлением доверия населения к российской финансовой системе, и даже некоторые признаки нестабильности, проявившиеся в последнее время, это доверие существенно не поколебали.

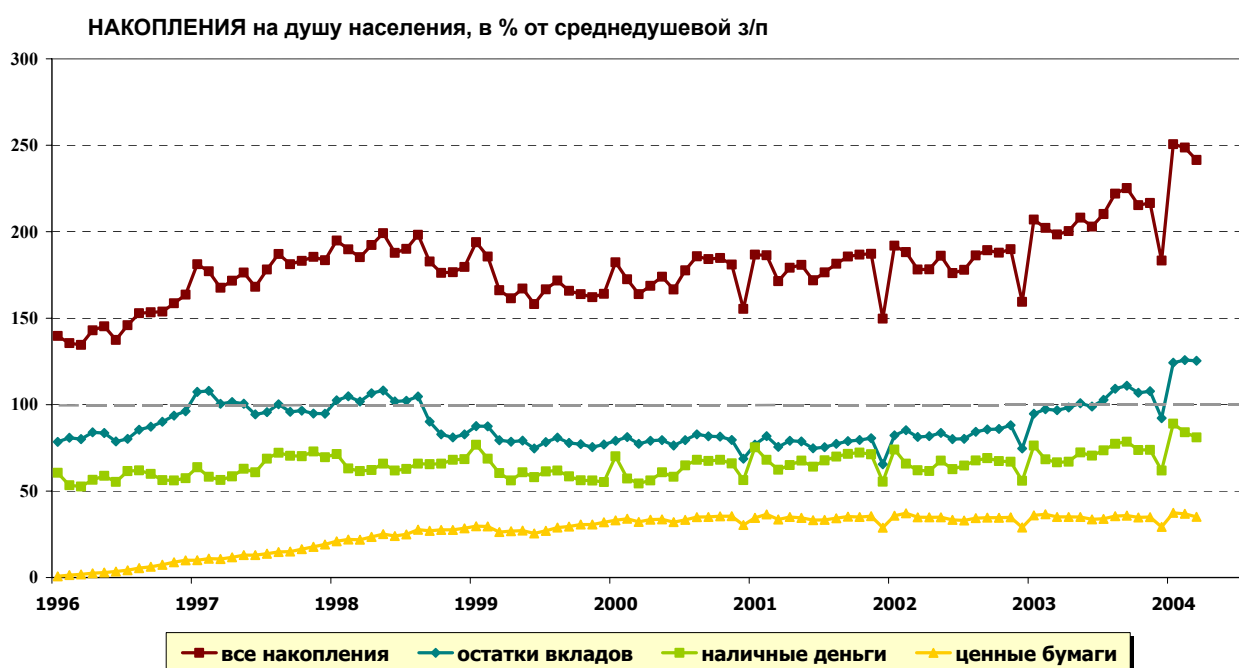
Обращает на себя внимание еще одна тенденция, связанная со сберегательным поведением. Если в 2000 г. в структуре накоплений наличные деньги лишь незначительно уступали банковским вкладам, то к началу 2004 г. банковский депозит стал сберегательным инструментом номер один (см. рис. 2-5). Вместе с тем по-прежнему велика доля наличных денег и невелика – ценных бумаг. Если судить по данным официальной статистики, то инвестиционным компаниям, видимо, придется еще подождать бума в своей отрасли.

Рисунок 2-5.



Как мы видели выше, ценные бумаги пока играют незначительную роль в качестве сберегательного инструмента. Если в абсолютных цифрах объем сбережений в ценных бумагах постепенно растет, то в относительных показателях накопления в ценных бумагах с 2000 года колеблется на уровне 30-40% от среднедушевой месячной зарплаты (см. рис. 2-6).

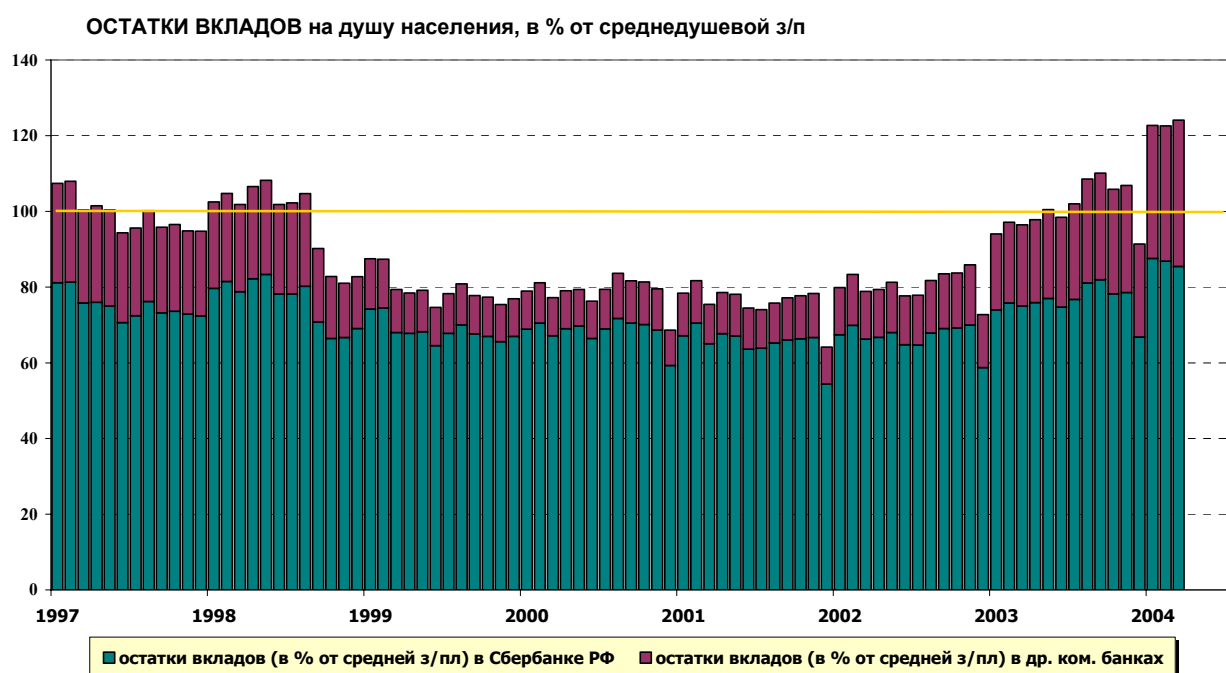
Рисунок 2-6.



На графике 2-6 заметна и другая тенденция: с начала 2003 года объем сбережений в наличных деньгах и, особенно, во вкладах, начинает расти опережающими темпами по отношению к среднедушевой зарплате. По всей видимости, для части населения рост доходов перестал быть лишь средством удовлетворения насущных материальных потребностей, и «потребительская» стратегия у нее сменилась «сберегательной».

На рынке частных вкладов за рассматриваемый период сократилась доля Сбербанка РФ (см. рис. 2-7). На 01.05.2004 доля Сбербанка России составила 60.6% (на 01.05.03 - 65.7%)¹⁸. Улучшение экономического положения населения не связано напрямую, но сопровождается ростом доверия к частным коммерческим банкам.

Рисунок 2-7.



¹⁸ «Россия: экономическое и финансовое положение», июль 2004, <http://www.cbr.ru/analytics/>

3. ДИНАМИКА "СУБЪЕКТИВНЫХ" ИНДИКАТОРОВ ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

3.1. ТРЕНДЫ СУБЪЕКТИВНЫХ САМООЦЕНОК ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ

Результаты социологических опросов в целом подтверждают данные государственной статистики и свидетельствуют о росте доходов населения России в последние 5 лет. При этом можно утверждать, что доходы растут чуть быстрее уровня прожиточного минимума (т.е. быстрее уровня инфляции). Также растет покупательная способность населения. Примерно у четверти граждан появился существенный зазор между текущими доходами и первоочередными расходами, который дает возможность формирования резерва свободных денежных средств населения.

Достигнутый уровень доходов, воспринимаемый гражданами уже как норма, приводит к новому витку роста финансовых ожиданий населения. Характерным следствием растущей «вилки» между новыми притязаниями населения и прежними темпами роста доходов, уже не удовлетворяющими этим притязаниям, является консервация (сохранение неизменными) показателей социального самочувствия – *удовлетворенности жизнью и социального оптимизма, а также самооценок материального положения.*

Отправной точкой анализа и прогнозирования основных форм и стратегий финансовой активности людей является рассмотрение их финансового положения. При этом для получения картины, которая была бы максимально приближена к реальным жизненным практикам населения, необходимо учитывать: основные источники и текущий уровень доходов, соотнесение людьми уровня своих доходов с задаваемым ими же планкой прожиточного минимума и «нормальным доходом», удовлетворенность собственным материальным положением, отнесение себя к конкретной социальной группе по уровню благосостояния.

Основными источниками доходов российского населения на протяжении пяти последних лет являются *заработная плата от основной работы по найму* (по опросу 2004 года она входит в состав доходов **65%** респондентов), *пенсии* (**37%**), а также *пособия на детей и другие виды пособий и компенсаций* (11%).

В том, как меняется значение различных источников доходов российских домохозяйств, можно отметить две тенденции (см. табл. 3.1-1.). Первая заметная тенденция связана с существенным снижением доли семей, пополняющих свой доход за счет *пенсий* (за последний год с 46,9% до 36,7%), *пособий и компенсаций* (с 17,8% до 11%). В то же время в противовес уменьшению роли социальных трансфертов почти в два раза увеличилась доля семей, декларирующих в опросах свои доход от различных видов экономической активности (*продажа продуктов личного подсобного хозяйства, сдача в наем жилья, частное предпринимательство* и т.п.). Ослабление роли пенсий и социальных трансфертов и встречные попытки населения компенсировать его за счет использования собственных ресурсов отражают процесс *ухудшения финансового положения наиболее уязвимых слоев общества.* В этой связи *не следует ожидать в ближайшей перспективе какой-либо активизации «малобюджетных» участников финансового рынка* (пенсионеров и других получателей социальных трансфертов), хотя эти слои в силу своей массовости могли бы сыграть здесь заметную роль.

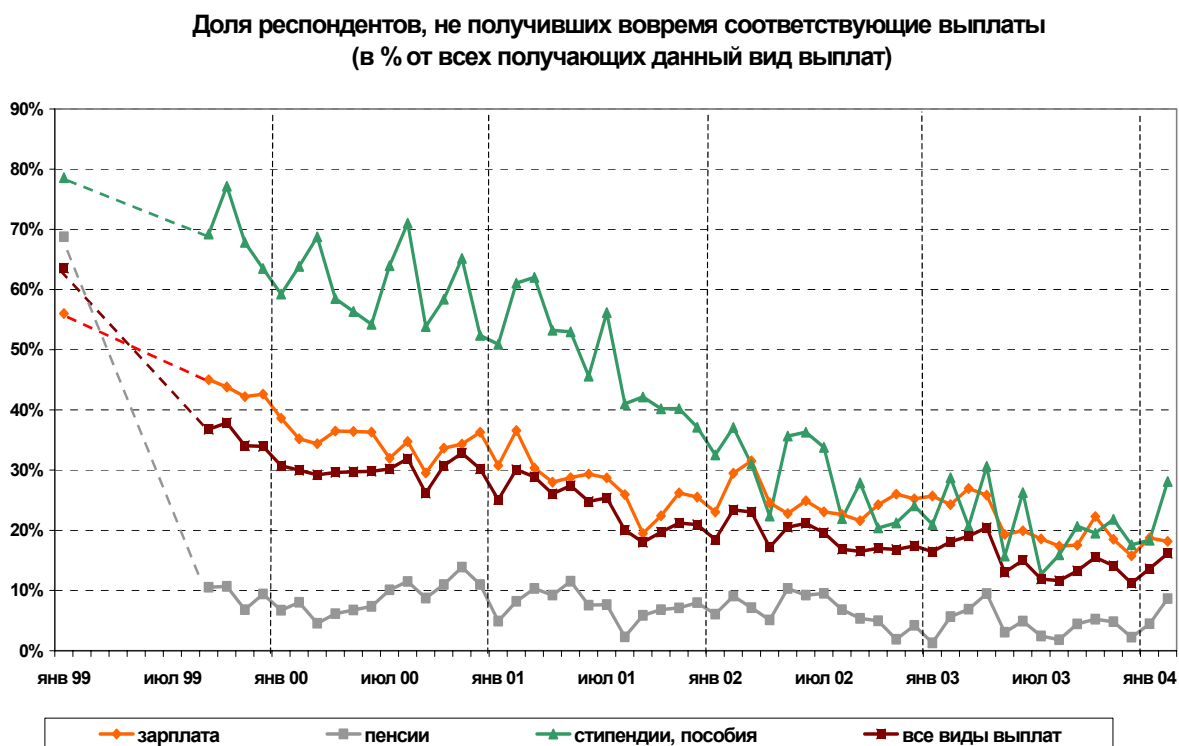
Таблица 3.1-1. Назовите источники дохода Вашей семьи за последний месяц (ВЦИОМ, в % респондентов, назвавших соответствующий источник дохода)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
заработная плата от основной работы по найму	63,5	63,5	67,1	65,9	68,6	64,5
заработная плата от дополнительной работы по найму	6,9	5,7	6,1	5,9	8,3	8,5
заработки от работы без официального оформления	8,6	10,3	9,4	9,5	6,6	6,7
пенсии	47,4	44,7	47,3	46,4	46,9	36,7
стипендии	4,2	4,9	5,2	5,6	6,4	6,9
пособие по безработице				1,2	1,5	1,8
пособия на детей, другие виды пособий, компенсаций	13,1	11,0	16,8	17,7	17,8	11,0
алименты	2,2	1,9	2,2	2,9	2,5	1,1
денежная помощь родственников, друзей, близких	11,2	7,5	10,4	7,9	6,3	11,2
доходы от продажи продуктов личного подсобного хозяйства	3,7	3,2	4,2	3,1	3,2	7,0
доходы от сдачи в наем жилья	1,1	0,3	1,3	0,9	0,8	2,5
доходы от продажи недвижимости, имущества	0,2	0,0	0,1	0,1	0,3	0,4
доходы от частного предпринимательства, бизнеса	4,9	5,4	4,1	3,8	3,6	6,4
проценты по вкладам	1,1	0,6	0,8	0,7	0,4	0,9
доходы от акций, облигаций, ваучеров, других ценных бумаг	0,6	0,3	0,2	0,4	0,2	0,1
ИТОГО	168,7	159,3	175,2	172,0	173,4	165,7

Следует также отметить, что денежные средства, связанные с инвестиционной активностью – *проценты по вкладам, доходы от акций, облигаций, ваучеров и других ценных бумаг* – являются источниками доходов не более чем 1% населения. Эта цифра, полученная в ходе массовых опросов россиян и не отражающая, безусловно, роли инвестиционных доходов в бюджетах самых обеспеченных слоев населения, тем не менее свидетельствует о том, что инвестиционная активность и, соответственно, инвестиционная доходность в России пока не носит массового характера. Вместе с тем, есть основания полагать, что многие граждане отмечают только полученные дивиденды или доходы от продажи акций и облигаций и просто не фиксируют доходы, связанные с ростом стоимости имеющихся у них ценных бумаг.

Наметившаяся тенденция снижения роли социальных трансфертов никак не связана с *ситуацией в сфере выплат зарплат, пенсий, стипендий, пособий*. Напротив, судя по данным опросов Фонда «Общественное мнение» с конца 1999 года ситуация имела устойчивую позитивную тенденцию - *доля тех, кто отмечал какую-либо задолженность по выплатам неуклонно снижалась* (рис. 3.1-2.). Сравнительное благополучие ситуации с выплатами подтверждается и данными официальной статистики. Согласно анализу Госкомстата, за прошедший год (с апреля 2003 г. по апрель 2004 г.) суммарная задолженность по заработной плате, например, снизилась на 8275 млн. рублей или на 24,2%.

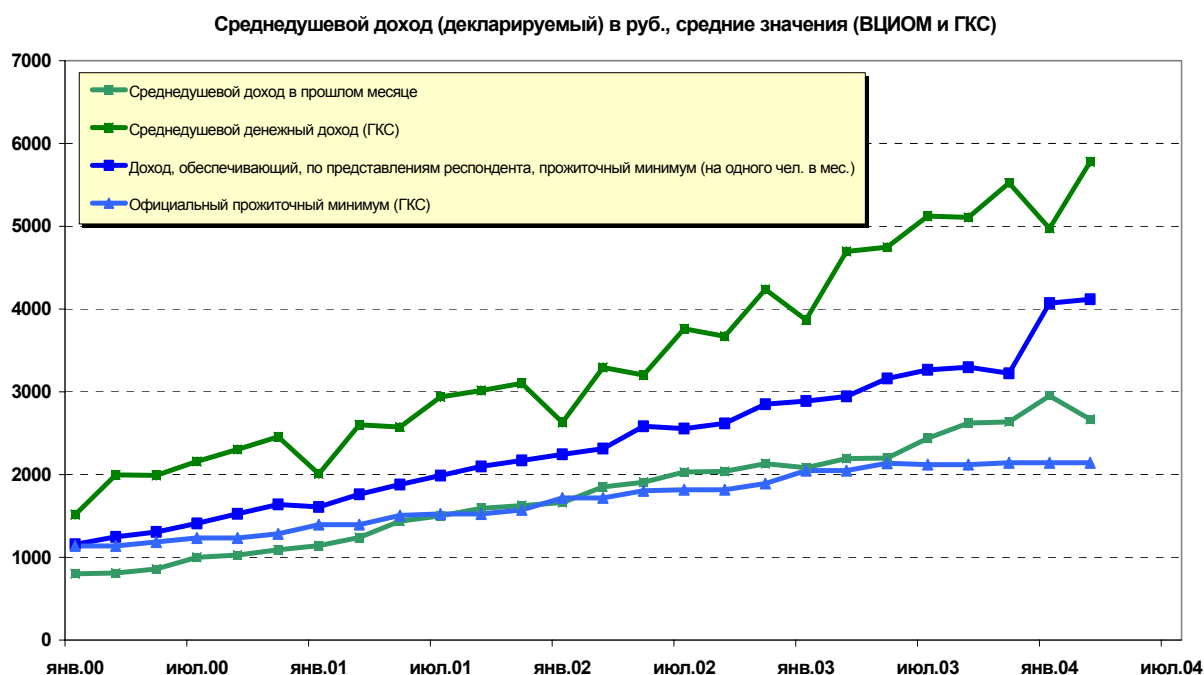
Рисунок 3.1-2. Оценка населением положения с выплатами (ФОМ, 1999-2004 гг.)



В целом уровень номинальных доходов населения за прошедшие пять лет заметно вырос (рис. 3.1-3.). Согласно данным официальной статистики, доходы населения стабильно растут, опережая при этом рост прожиточного минимума. После традиционного январского снижения официального уровня доходов, к марту 2004 г. их величина снова вышла на прежнюю «траекторию», а превышение доходов над прожиточным минимумом составило 2,7 раз (среднедушевой доход – 5779 рублей, официальный ПМ по состоянию на конец 2003 - начало 2004 г. – 2143 рубля).

Самооценки населения также характеризуют поступательную динамику уровня доходов. Если весь 2000 г. и начало 2001 г. среднедушевой доход, декларируемый населением в ходе соцопросов, не дотягивал до официального прожиточного минимума, а потом в течение двух лет находился с ним примерно на одном уровне, то летом 2003 г. ситуация приобрела новый характер – декларируемый душевой доход впервые «оторвался» от официального прожиточного минимума. К марту 2004 г. среднедушевые доходы населения (по самооценкам) составили в среднем 2667 рублей, превысив официальный прожиточный минимум в 1,2 раза. К концу 2003 г. декларируемые душевые доходы подтянулись к уровню дохода, который обеспечивает прожиточный минимум с точки зрения самого населения («народный ПМ»). Однако после максимального сближения опросных величин доходов и прожиточного минимума, в начале 2004 г. произошел скачок «народного» ПМ (рис. 3.1-3.). Эту ситуацию можно интерпретировать и как новый виток финансовых притязаний населения, и как сигнал о том, что население «почувствовало» инфляцию последних месяцев.

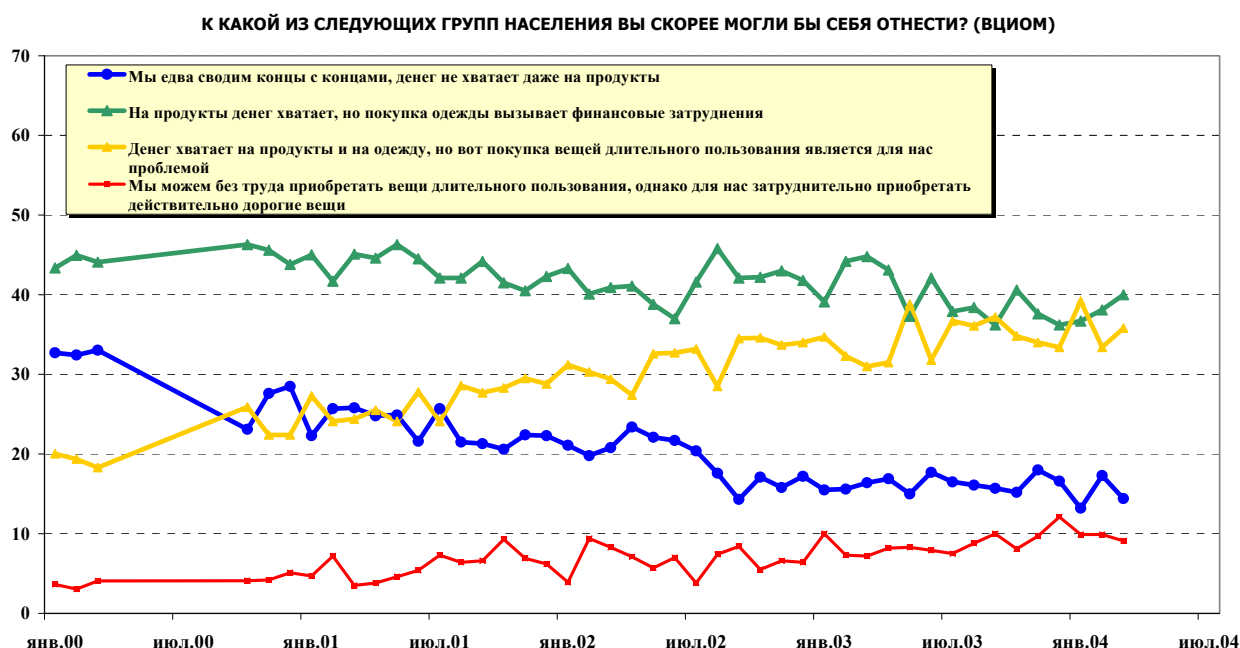
Рисунок 3.1-3.



Рост доходов проявляется и в *качественных показателях*, например, в **росте покупательной способности** населения, расширении финансовых возможностей для приобретения необходимых вещей и даже некоторых «излишеств». На рисунке 3.1-4. представлена динамика самооценки гражданами своего потребительского статуса. Как видно, за последние четыре года *вдвое снизилась доля «беднейших» россиян* - людей, заявляющих о том, что *едва сводят концы с концами, и что денег не хватает даже на продукты* (с 32,7% в январе 2000 г. до 14,4% в марте 2004 г.). Не так существенно, но тоже *снизилась доля низкодоходных групп* (денег хватает на продукты, но покупка одежды вызывает финансовые затруднения - с 43,4 до 40%). И напротив, *выросли среднедоходная* (хватает на продукты и одежду, но затруднена покупка вещей длительного пользования – с 20 до 35,8%) и *высокодоходная* группы населения (без труда приобретают вещи длительного пользования – с 3,6 до 9,1%).

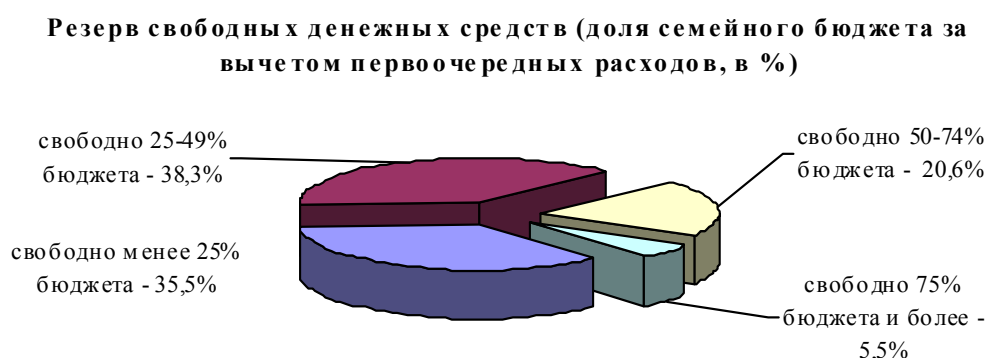
Серьезный рост среднедоходной группы населения (почти в два раза), на наш взгляд, может являться основанием резкого расширения практики потребительского кредитования, ведь это как раз те граждане, которые уже обеспечили себе удовлетворительный уровень доходов и текущего потребления, и в этом смысле могут являться более или менее надежными заемщиками. В то же время они испытывают затруднения с приобретением относительно дорогих товаров длительного пользования, а снятие таких затруднений как раз и является основной целью потребительского кредитования.

Рисунок 3.1-4.



Ситуация в сфере текущих доходов населения позволяет определенной части россиян накапливать некоторый финансовый «жирок». Данные мартовского опроса 2004 г. показали, что примерно у четверти населения имеется существенный зазор между текущими доходами и первоочередными расходами (на питание, квартплату и коммунальные услуги), который можно рассматривать как условие формирования резерва свободных денежных средств населения. В семейных бюджетах этих людей суммарные траты на покупку продуктов питания, на квартплату и оплату коммунальных услуг (электричество, газ, телефон) не превышают половины всех расходов (рис. 3.1-5.). У каждого пятого респондента (20,6%) в качестве средств, свободных от первоочередных трат, остается 50-74% семейного бюджета, а для 5,5% опрошенных условно свободными денежными средствами можно считать 75% и более процентов семейного бюджета. Дальнейшее распоряжение этими денежными «излишками» зависит от множества факторов, включая материальное положение и уровень жизни семьи, склонность к различным формам потребительской и финансовой активности, ценовую конъюнктуру и т.д. Однако сам факт наличия расширенного ресурса финансовой и потребительской активности, безусловно, налицо.

Рисунок 3.1-5.



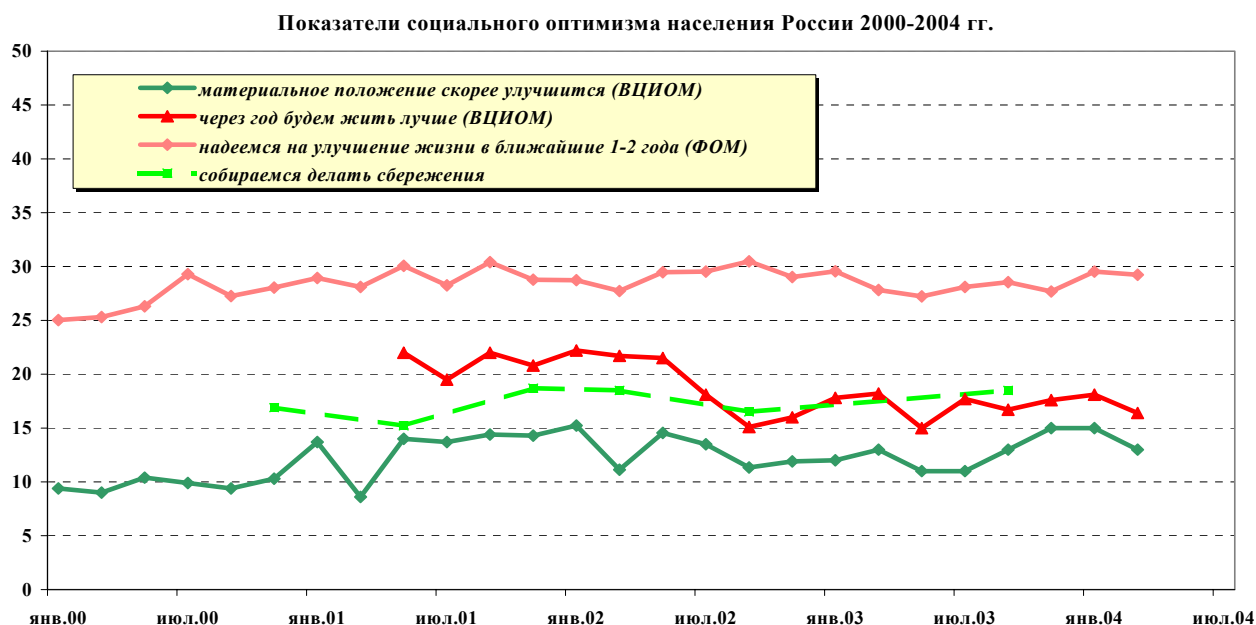
Вместе с тем, приходится констатировать, что рост доходов и относительно свободных денежных ресурсов пока НЕ конвертируется в столь же уверенно растущие показатели удовлетворенности населения своим материальным положением. После бурной динамики предыдущих лет с их пиками недовольства в 1995 г. (в связи с крахом финансовых пирамид), в начале 1997 г. (задолженности по зарплатам) и во второй половине 1998 г. (дефолт и финансовый кризис) оценки материального положения стабилизировались и на протяжении 2001-2004 гг. практически не менялись ни в лучшую, ни в худшую сторону (рис. 3.1-6.). В этой стабильности следует обратить внимание на два обстоятельства. С одной стороны, зафиксировано новое соотношение оценок населением собственного материального положения – доля оценивающих свое материальное положение как «среднее» превысила долю негативных оценок, и это превышение устойчиво сохраняется. На протяжении последних трех лет было лишь два момента, когда доля негативных оценок чуть поднималась (в январе 2002 г. и в марте 2003 г.), но в последующие 2-3 месяца возвращалась на прежний уровень. С другой стороны, доля граждан, оценивающих свое положение как «плохое» и «очень плохое», по-прежнему достаточно велико и более чем в 5 раз превышает долю граждан с позитивными оценками своего материального состояния (положение плохое и очень плохое – 38,1%, положение хорошее и очень хорошее – 7%).

Рисунок 3.1-6.



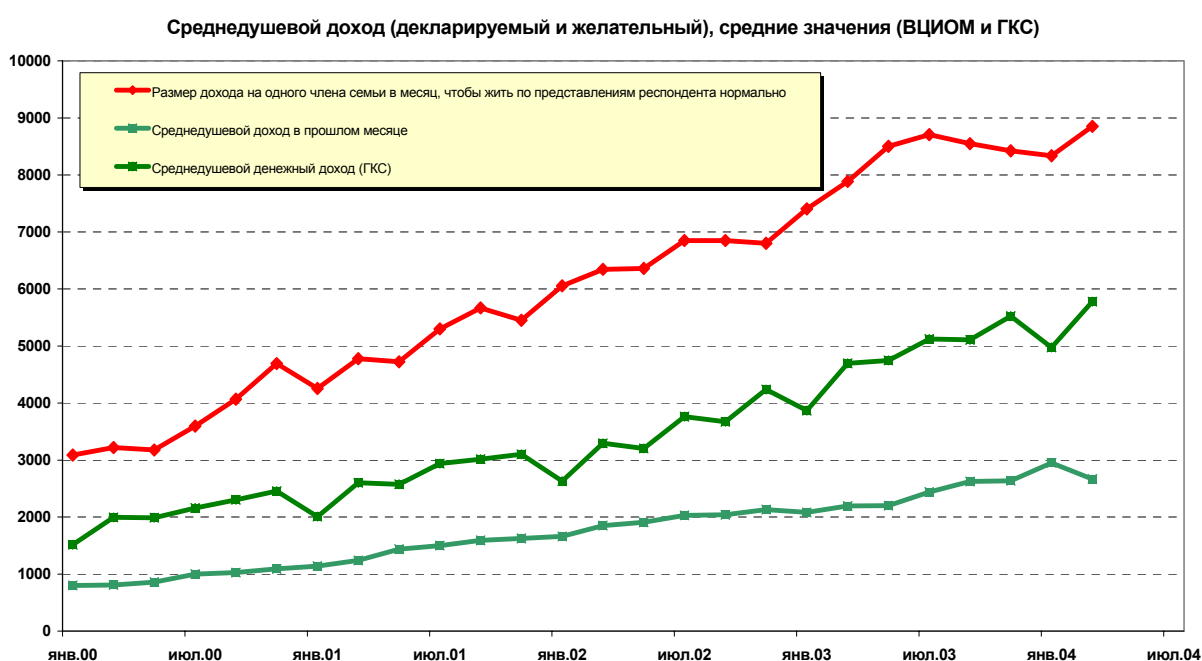
Нет и адекватного росту доходов существенного повышения уверенности людей в завтрашнем дне, роста надежд на улучшение материального положения и жизни в целом. Данные социологических служб свидетельствуют о весьма незначительном повышении либо даже о некотором снижении показателей *социального оптимизма* населения (рис. 3.1-7.).

Рисунок 3.1-7.



Консервация показателей социального оптимизма, на наш взгляд, может являться следствием того, что прежние темпы роста доходов не удовлетворяют новых ожиданий и притязаний населения. Яркой иллюстрацией этого несовпадения является продолжающееся углубление разрыва между получаемыми доходами и теми их размерами, которые были бы достаточны, чтобы жить, по представлениям респондентов, нормально (рис. 3.1-8.). Если получаемый доход (по оценкам респондентов) с начала 2000 г. по март 2004 г. вырос с 802 до 2667 рублей, то «нормальный доход» - с 3088 до 8851 рублей. Не уменьшается и примерно полуторакратный отрыв «нормального дохода» от среднедушевых доходов населения, фиксируемых официальной статистикой.

Рисунок 3.1-8.



3.2. ФОРМЫ И ВИДЫ ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Благоприятная экономическая ситуация отражается, прежде всего, на текущих финансовых стратегиях домохозяйств: увеличивается доля семей, в которых распространены *сберегательные стратегии* использования денежных средств. Вместе с тем *потребление* по-прежнему заметно опережает все виды собственно финансовой активности.

Несмотря на колебания значимости тех или иных видов финансовой активности, в целом их соотношение за период 2000-2004 гг. практически не изменилось. В целом лидируют *страховые мотивации и стратегии*. Правда, при этом фиксируется низкая востребованность институциональных форм страхования (приобретение страхового полиса, дополнительное пенсионное обеспечение и др.) и явное предпочтение «неформальных» видов сбережений со страховыми мотивами.

В 2004 г. зафиксировано повышение значимости *инвестиционных* форм финансового поведения, которые по результатам последних опросов начинают опережать собственно *сберегательные* виды активности.

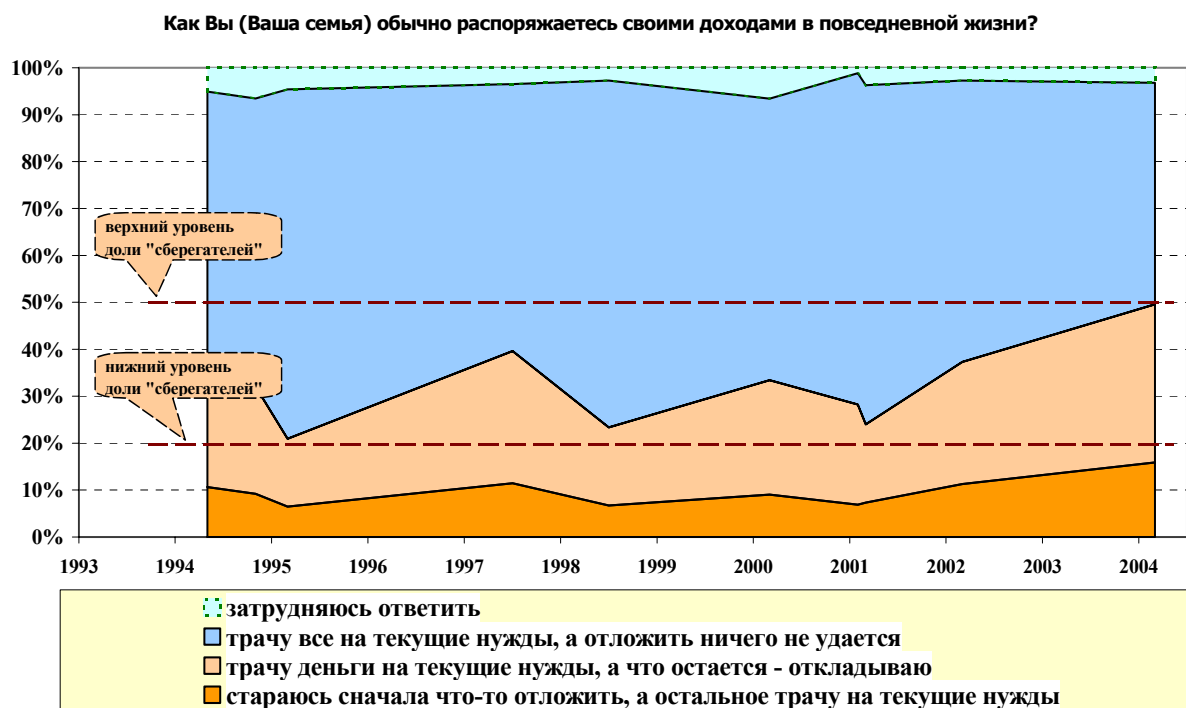
Одним из важнейших показателей экономического и социального развития страны выступает динамика финансовой активности населения, включающая как субъективную оценку населением того, насколько благоприятна текущая экономическая ситуация для накопления/сбережения, так и соотношение распространенности и предпочтительности различных видов потребительского и финансового поведения: *сбережения, страхования, инвестирования и заемного поведения*.

Отчетливо выраженная позитивная экономическая тенденция сказалась не только на субъективных оценках социального самочувствия населения, о чем речь шла выше, но и на их реальном финансовом поведении, в частности, на изменении стратегий текущего финансового поведения.

С целью анализа оценки распространенности тех или иных стратегий текущего финансового поведения респондентам предлагалось ответить на вопрос «*Как Вы и Ваша семья обычно распоряжаетесь своими доходами в повседневной жизни?*» При этом по характеру распоряжения своими текущими расходами, было выделено три стратегии текущего финансового поведения домохозяйств: «стараюсь сначала что-то отложить (на крупные покупки, другие расходы), а остальные деньги трачу на текущие нужды (условно этот тип стратегии можно назвать «*целевое сберегание*»); вторая стратегия текущего финансового поведения – «трачу деньги на текущие нужды, а что остается откладываю» (условно этот тип стратегии можно назвать «*остаточное сберегание*»); и, наконец, третий можно охарактеризовать как «*текущее потребление*», при котором респонденты «тратят все деньги на текущие нужды, а отложить ничего не удается».

Как видно из данных, представленных на рисунке 3.2-1, меняется соотношение доли семей, делающих сбережения и тех, кто вынужден все тратить на текущие расходы в пользу первых. Происходит увеличение числа домохозяйств, предпринимающих определенные усилия к накоплениям: как за счет семей, реализующих стратегию «остаточного сберегание» (с 24,4% в 2000 г. до 33,7% - в 2004 г.), так и тех, кто целенаправленно делает сбережения (с 9,0% в 2000 г. до 15,9% в 2004 г.). И, наоборот, исследование зафиксировало снижение доли тех семей, кто, по их самооценкам, вынужден все тратить на текущие расходы. Так, в настоящее время 47,3% респондентов утверждают, что им ничего не удастся отложить, тогда как в 2001 г. таких было 70,6%, в 2002 – 60,0%.

Рисунок 3.2-1.



Таким образом, социальная стабильность и относительная предсказуемость завтрашнего дня способствовали активизации сберегательного поведения домохозяйств, аккумулированию в семьях свободных денежных средств. Тем не менее, наличие свободных денежных средств еще не означает, что все они будут «оприходованы» с использованием какого-то одного конкретного финансового инструмента. Важным представляется анализ наиболее предпочтительных в современной экономической ситуации форм финансовой активности, их разнообразия и вариативности, характеризующие поведение населения на рынке финансовых услуг.

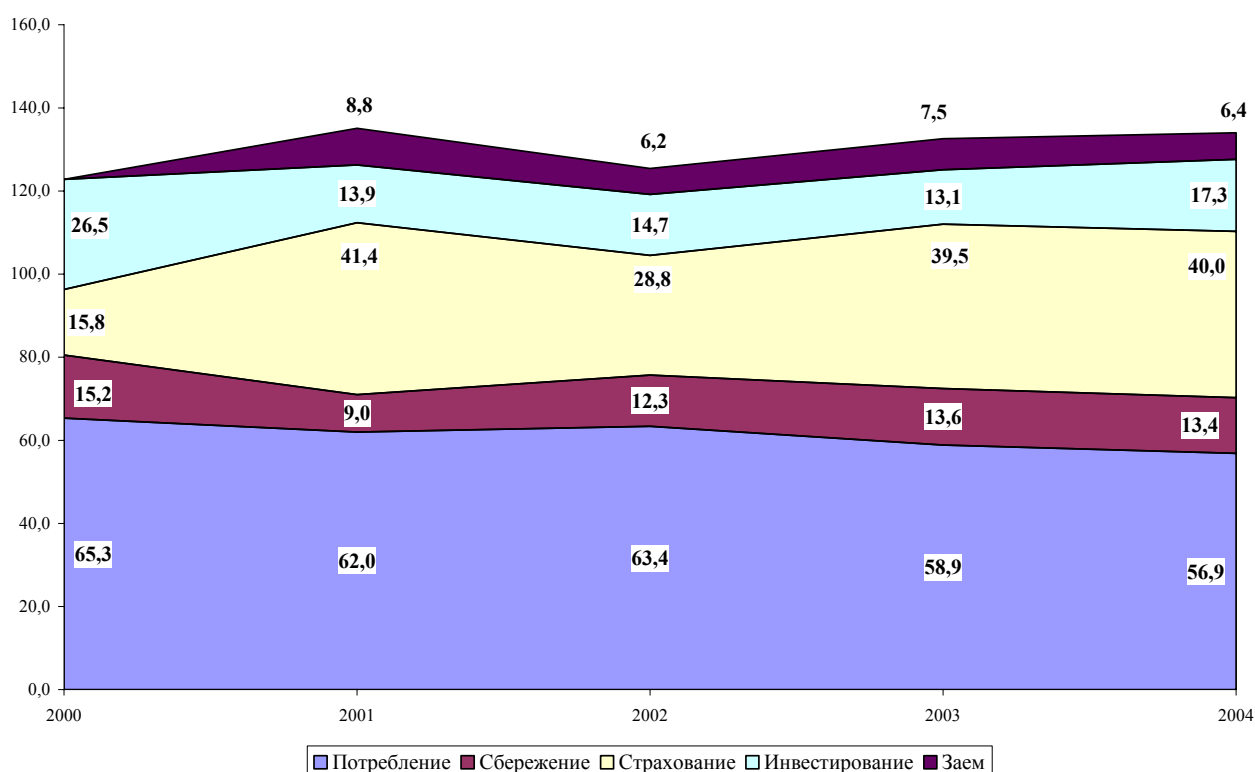
В рамках проводимого группой ЦИРКОН мониторинга финансового поведения изучение предпочтений населения в отношении того или иного вида финансовой активности измерялось при помощи ответов на вопрос «Предположим, что дополнительно к своему обычному доходу Вы (Ваша семья) получили денежную сумму в размере 40-45 тысяч рублей¹⁹. Как Вы, скорее всего, распорядитесь этими деньгами?». Используемый методический прием позволяет оценить склонность респондентов к тем или иным видам финансовой активности применительно к современной экономической ситуации. Предложенные позиции ответов сгруппированы по следующим основным видам потребительской и финансовой активности: **потребление, сбережение, инвестирование, страхование, заемное поведение**²⁰. Как видно из данных, представленных на рисунке 3.2-2., несмотря на колебания значимости тех или иных видов финансовой активности, в целом их соотношение практически не изменилось. Очевидно, наибольшее распространение (56,9%) имеет **потребление**. А вот среди различных видов собственно финансовой активности первое «место» по

¹⁹ В течение 2000-2004 гг в разных опросах сумма, указывавшаяся в вопросе, несколько менялась, но всегда была близка 1500 долларов США.

²⁰ Еще раз обращаем внимание, что группировка различных форм потребительской и финансовой активности по пяти классам (видам), безусловно, является дискуссионной и требует дальнейшего профессионального обсуждения. Тем не менее в рамках настоящего доклада авторы посчитали возможным представить свой взгляд на отнесение той или иной формы финансовой активности, основанный в т.ч. на анализе сопутствующей информации (Прим. – ред.).

значимости занимает *страхование (40,0%)*. Обращает на себя внимание возрастание значимости *инвестиционных* форм финансового поведения (*17,3%*), которые по результатам настоящего исследования вновь опережают (после снижения их доли в 2003 г.) *сберегательные* виды активности (*13,4%*). «Замыкает» своеобразную иерархию *заемно-долговое* поведение (*6,4%*).

Рисунок 3.2-2. Соотношение различных видов финансовой активности за период 2000-2004 гг. (ЦИРКОН)



Тем не менее, несмотря на сохраняющееся соотношение основных видов финансовой активности, исследование фиксирует устойчивое снижение значимости *потребительской* формы поведения – прежде всего, по такой доминирующей позиции в этой группе, как «приобретение вещей для дома (мебель, одежда, бытовая техника и т.п.)». Каждый третий (31,2%), по результатам исследования 2004 г. в гипотетической ситуации готов потратить деньги на приобретение вещей для дома, тогда как в прошлом, 2003 г., таких было 40,8%. На наш взгляд, это свидетельствует об определенном «потребительском насыщении» части населения, характеризуемом, прежде всего, тем, что в долгосрочной перспективе собственно потребление товаров и услуг начинает терять свою значимость в качестве предпочтительной формы расходования свободных денежных средств (см. таблицу 3.2-3.).

По сравнению с предыдущими периодами, отмечается возрастание значимости *инвестиционных* видов финансового поведения: увеличение числа респондентов, готовых разместить свободные денежные средства в «банк под проценты, купить акций или другие ценные бумаги российских компаний, государственных ценных бумаг (облигаций и т.п.)», достигшие в марте 2004 г. 8,8% и тех, кто готов вложить их в собственное дело (7,5% - 2004 г.).

Таблица 3.2-3. Динамика предпочтительных видов использования денежных средств за период 2000-2004 гг, в %

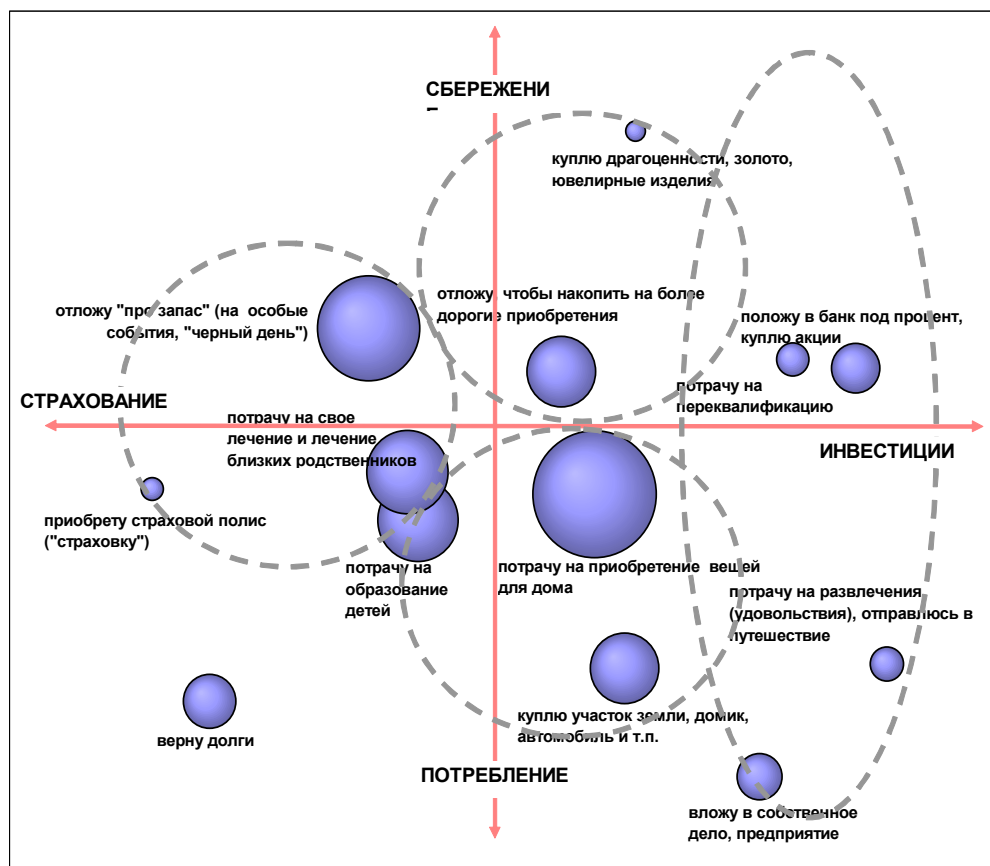
Вид финансовой активности	Предпочтения использования денежных средств	ЦИРКОН - АРПИ	ЦИКОН - РОМИР	ЦИРКОН - ФОМ	ЦИРКОН - ВЦИОМ	ЦИРКОН - ВЦИОМ
		мар.00	фев.01	мар.02	май.03	мар.04
Потребление	потрачу на приобретение вещей для дома (мебель, одежда, бытовая техника и т.п.)	40,5	35,9	35,1	40,8	31,2
	постараюсь добавить средств (например, взять в долг) и приобрести участок земли, дачный домик, автомобиль и т.д.	9,3	11,6	12,1	12,5	11,7
	потрачу на развлечения (удовольствия), отправлюсь в путешествие, турпоездку	9,3	4,7	3,9	3,0	5,5
	потрачу на образование и развитие детей	16,9	21,5	22,3	17,2	17,7
Сбережение	Отложу надолго, чтобы накопить на более дорогостоящие приобретения (дом, квартиру, дорогой автомобиль и т.п.)	13,4	7,9	11,3	12,7	11,4
	куплю драгоценности, золото, ювелирные изделия	2,0	1,2	1,0	1,1	2,1
Страхование	Отложу "про запас" (на непредвиденный случай, особые события, "черный день" и т.п.)		28,9	17,4	27,8	28,0
	потрачу на свое лечение и лечение близких родственников	15,8	19,2	12,5	17,8	16,9
	приобрету страховой полис ("страховку") для себя или близких, потрачу на дополнительное пенсионное обеспечение (через пенсионный фонд)		1,3	1,0	1,3	1,8
Заемно-долговое поведение	Верну ранее взятые долги		8,8	6,2	7,5	6,4
Инвестирование	Вложу в собственное дело, предприятие	5,5	6,6	7,1	5,4	7,5
	потрачу на переквалификацию, приобретение новой специальности	1,9	2,2	3,2	2,9	1,9
	Положу в банк под процент, куплю акции или другие ценные бумаги российских компаний, куплю государственные ценные бумаги (облигации и т.п.)	6,2	6,0	4,9	6,2	8,8

В то же время, сохраняющаяся стабильность такого вида предпочтительного размещения свободных средств как *страхование* скорее можно охарактеризовать как негативную тенденцию, с той точки зрения, что сохраняется достаточно высокая значимость «страхового» вложения в виде самострахования (запасы на непредвиденный случай, особые события, «черный день» и т.п.) (на уровне 28%), то есть иными словами, «складывание денег в чулок», а также траты на «*лечение свое и своих близких*» (от 13% до 19%). При этом оказывается совершенно не востребованной институциональная форма страхования, прежде всего, приобретение страхового полиса, дополнительное пенсионное обеспечение – этот показатель за весь рассматриваемый период не превышает 1,8% в 2004 г.

Таким образом, можно констатировать, что каких-то принципиальных изменений структуры предпочтительных видов финансовой активности за период 2000-2004 гг. не произошло, за исключением некоторого оживления инвестиционных форм финансового поведения домохозяйств.

В то же время в своей повседневной жизни люди не склонны отдавать предпочтение исключительно одному виду финансовой активности. Несколько чаще используются смешанные стратегии использования свободных денежных средств. На рисунке 3.2-4. графически представлены основные формы финансового поведения, в котором варианты ответов, чаще всего называемые респондентами одновременно, расположены на рисунке близко друг к другу и, наоборот, - если какие-либо способы вложения денег практически никогда не называются вместе, то на рисунке они далеко друг от друга. Так, например, 23% из тех, кто готов потратить свободные денежные средства на приобретение вещей для дома (мебель, одежда и т.п.) намерен отложить «про запас»; 15% из них – потратить на образование и развитие детей и еще 12% - потратить на лечение, тогда как только 2,4% опрошенных вложили бы их в собственное дело. (См. рис. 3.2-4.)²¹.

Рисунок 3.2-4. Соотношение предпочтительных видов финансовой активности населения (ЦИРКОН-ВЦИОМ, 2003)



²¹ Построение конфигурации различных форм финансовой активности (ФА) проведено методом многомерного шкалирования матрицы близости, построенной на основе анализа совместных выборов респондентами указанных форм ФА (использовалась метрика Кульчинского).

Не менее важной характеристикой финансовой активности населения является анализ соотношения предпочтительных видов финансовой активности среди домохозяйств с разными текущими стратегиями финансового поведения.

Таблица 3.2-5. Предпочтительные формы использования денежных средств в зависимости от стратегий текущего финансового поведения домохозяйств

Виды финансовой активности/Предпочтения использования денежных средств	Как обычно распоряжаются своими доходами в повседневной жизни		
	<i>Стараюсь отложить, остальное трачу на текущие нужды</i>	<i>Трачу деньги на текущие нужды, а что остается - откладываю</i>	<i>Трачу все деньги на текущие нужды, а отложить ничего не удается</i>
Потребление	61,8	56,7	56,0
потрачу на приобретение вещей для дома (мебель, одежда, бытовая техника и т.п.)	29,5	27,6	35,1
постараюсь добавить средств (например, взять в долг) и приобрести участок земли, дачный домик, автомобиль и т.д.	18,9	13,9	7,9
потрачу на образование и развитие детей	18,9	16,7	18,0
потрачу на развлечения (удовольствия), отправлюсь в путешествие, турпоездку	4,7	7,2	4,2
Сбережение	20,5	18,7	7,9
отложу надолго, чтобы накопить на более дорогостоящие приобретения (дом, квартиру, дорогой автомобиль и т.п.)	16,9	15,9	6,7
куплю драгоценности, золото, ювелирные изделия	3,5	2,8	1,2
Страхование	30,7	33,1	48,5
отложу "про запас" (на непредвиденный случай, особые события, "черный день" и т.п.)	20,5	22,6	34,2
потрачу на свое лечение и лечение близких родственников	12,2	11,7	23,0
приобрету страховой полис ("страховку") для себя или близких, потрачу на дополнительное пенсионное обеспечение (через пенсионный фонд)	-	2,4	2,0
Заемно-долговое поведение	5,1	3,5	9,1
Инвестирование	16,9	23,9	12,3
вложу в собственное дело, предприятие	7,9	10,0	5,4
потрачу на переквалификацию, приобретение новой специальности	2,8	2,2	1,5
положу в банк под процент, куплю акции или другие ценные бумаги российских компаний, куплю государственные ценные бумаги (облигации и т.п.)	7,5	12,8	6,1

Как видно из данных, представленных в таблице 3.2-5., для тех, кто целенаправленно делает сбережения, в случае появления дополнительных средств, наиболее привлекательными являются такие направления их использования как «добавить средств и приобрести участок земли, дачный домик, автомобиль и др.», «отложить надолго, чтобы сделать дорогие приобретения (дом, квартиру, дорогой автомобиль и др.)», «образование и развитие детей». Несколько чаще респонденты

этой группы готовы потратить деньги на *«переквалификацию или приобретение новой профессии»*, а также *«приобрести драгоценности, ювелирные изделия»*. Таким образом, предпочтения этой группы домохозяйств в большей степени ориентированы на дорогие приобретения, для реализации которых они чаще откладывают средства дома в виде собственно сбережений и драгоценностей, либо готовы к определенной трудовой мобильности.

Для тех, кто имеет возможность делать сбережения *«по остаточному принципу»*, выявлены несколько иные предпочтения в расходовании денежных средств. Здесь помимо таких направлений, как дорогостоящие приобретения - *«постараюсь добавить средств и приобрести участок земли, дачный домик, автомобиль и т.п.»*, а также потратить их на развлечения, туризм, и собственно сбережения *«чтобы накопить на дом, квартиру и др.»*, респонденты этой группы чаще других предпочитают инвестиционные формы поведения: *«разместить эти средства в банк под проценты»*, *«купить акции или другие ценные бумаги российских компаний, купить государственные ценные бумаги»*, *«вложить в собственное дело»*.

Предпочтения же респондентов, которым ничего не удастся отложить, чаще приобретают форму потребительского поведения (*«приобретение вещей для дома»*), страхового - *«отложу про запас»*, *«потрачу на лечение свое и своих близких»*, а также – возврат долгов.

4. ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ (АКТИВНОСТИ) РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНО- ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

4.1. САМООЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ

Самооценки финансового положения существенно дифференцированы в зависимости от пола, возраста, образования людей, а также от их социально-профессионального статуса. Более высокие самооценки финансового положения демонстрируют:

- ✓ **мужчины;**
- ✓ **молодые респонденты и представители средних возрастов;**
- ✓ **люди, имеющие высшее или неоконченное высшее образование;**
- ✓ **работающие – занимающиеся частным предпринимательством, бизнесом, первые руководители и главные специалисты, руководители среднего звена и специалисты.**

По данным социологических исследований, треть населения страны имеет в настоящее время среднедушевые доходы ниже установленного прожиточного минимума (ПМ) и еще треть располагает доходами, равными ПМ или превышающими его не более чем в два раза (табл. 4.1-1.). И лишь у 12% текущие доходы превышают ПМ в 2 и более раз, что может свидетельствовать о достижении ими некой условной границы финансового благополучия. Оказалось невозможным определить соотношение доходов и ПМ для каждого пятого в силу отказов отвечать на «каверзные» вопросы о доходах либо в связи с трудностями, которые эти люди испытывают при определении конкретных размеров семейного бюджета. Среди тех же, кто дал конкретные ответы, группа с доходами ниже ПМ составляет 44,1%, с доходами от 1 до 2 ПМ – 40,5%, а обеспеченные слои с доходами, превышающими ПМ вдвое и более, «укладываются» в 15,4%.

Таблица 4.1-1. Группы по уровню декларируемого дохода, в % (ВЦИОМ, март 2004 г.)

	Все опрошенные	Давшие конкретный ответ
Бедные (доходы ниже ПМ)	34,3	44,1
Низкодоходные (доходы составляют от 1 до 2 ПМ)	31,5	40,5
Среднедоходные (доходы составляют от 2 до 3 ПМ)	6,8	8,7
Высокодоходные (доходы составляют более 3 ПМ)	5,2	6,7
Затруднились, отказались ответить	22,2	-

Доходы населения существенно различаются в зависимости от *пола и возраста*. В группе бедных (с доходами ниже ПМ) больше женщин (39,5 при 28,1% у мужчин), тогда как высокие доходы чаще декларируются мужчинами, среди которых более чем двукратное превышение доходов над ПМ встречается у 14,7% при 9,7% у женщин. Текущие денежные поступления, равные ПМ либо незначительно его превышающие, в одинаковой степени встречаются как среди мужчин, так и среди женщин (табл. 4.1-2.). Еще более ярко различия проявляются в уровне декларируемой заработной платы. Средний размер заработной платы, получаемой по основному месту работы, составляет у мужчин и женщин 6292 и 3875 рублей соответственно. Чуть меньше различия по доходам от дополнительной занятости (3441 и 2672 рубля).

Таблица 4.1-2. Декларируемый уровень дохода мужчин и женщин, различных возрастных групп (ВЦИОМ, март 2004 г.)

	Пол			Возраст, лет		
	Мужчины	Женщины		18-30	31-50	51 год и старше
Уровень доходов, в %						
Бедные (ниже ПМ)	28,1	39,5		25,4	32,5	41,6
Низкодоходные (от 1 до 2 ПМ)	31,9	31,2		25,4	32,7	34,4
Среднедоходные (от 2 до 3 ПМ)	7,9	5,9		9,0	7,4	4,8
Высокодоходные (более 3 ПМ)	6,8	3,8		7,0	7,3	2,1
Затруднились ответить	25,1	19,7		33,1	20,1	17,0
Средние показатели доходов, руб.						
Доходы от основной работы (руб.)	6292	3875		5113	6099	3372
Доходы от дополнительной работы (руб.)	3441	2672		3156	3315	2540
Среднедушевые доходы (руб.)	3802	3308		3195	4208	2861
Покупательная способность, в %						
Едва сводим концы с концами, денег не хватает даже на продукты	9,9	18,1		4,8	11,1	23,6
На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает финансовые затруднения	32,0	37,8		25,4	29,3	47,0
Денег хватает на продукты и на одежду, но покупка вещей длительного пользования – проблема	40,4	33,6		49,0	42,7	23,1
Можем приобретать вещи длительного пользования, трудно приобретать действительно дорогие вещи	14,3	8,1		17,3	13,5	4,4
Можем позволить себе дорогостоящие вещи - квартиру, дачу и многое другое	0,7	0,6		0,8	0,5	0,7
Затруднились ответить	2,3	1,7		2,3	2,6	1,3

Примечание: уровень доходов рассчитывался на основе сопоставления среднедушевых денежных доходов на одного человека (самооценки) и официального уровня прожиточного минимума, установленного в регионе проживания.

Бедность концентрируется в старших возрастных группах – среди опрошенных старше 50 лет доля людей с доходами ниже ПМ составляет 41,6%, тогда как в средних возрастах 31-50 лет – 32,5%, а среди молодежи до 30 лет только четверть (25,4%). И, наоборот, средние и высокие доходы у молодежи и 31-50 летних россиян встречаются в 2-3 раза чаще, чем у пожилых. Безусловно, главным фактором возрастных различий в доходах является включенность молодежи и среднего поколения в трудовую занятость при более низкой трудовой активности пожилых людей. По этой причине трудовые доходы пожилых людей существенно ниже – средний размер их заработков от основной работы составляет 3372 руб. по сравнению с 6099 руб. у 31-50-летних и 5113 руб. у молодежи до 30 лет. Несколько меньший, но с тем же знаком разрыв наблюдается в отношении доходов от дополнительной занятости (табл. 4.1-2.).

В результате различий в текущих доходах поляризуется **покупательная способность** представителей различных половозрастных групп (табл. 4.1-2.). В беднейшую группу, где люди по собственным оценкам «едва сводят концы с концами, а денег не хватает даже на продукты», женщины попадают вдвое чаще, чем мужчины (18,1 и 9,9%). В группы с низкой и средней покупательной способностью, где денег хватает в основном на необходимые траты, мужчины и женщины попадают с более близкой частотой, но в целом баланс также не в пользу женщин. К сравнительно обеспеченным же людям, чьи возможности по самооценкам «достаточны для

приобретения вещей длительного пользования» можно отнести 14,3% мужчин и только 8,1% женщин. Еще более глубокие различия связаны с возрастом: 23,6% людей старше 50 лет говорят о том, что они «едва сводят концы с концами», при том что среди 31-50-летних таких только 11,1%, а среди молодежи – 4,8%. По сравнению с молодежью и людьми средних возрастов пожилые вдвое чаще «располагают лишь деньгами на продукты и испытывают затруднения с покупкой одежды». При этом их в 3-4 раза меньше среди тех, кто может приобретать вещи длительного пользования. Покупательная способность представителей разных возрастных групп наглядно иллюстрирует, что беднейшие и низкообеспеченные слои состоят в основном из пожилых людей, тогда как граждане среднего возраста и молодежь составляют средние и высокообеспеченную часть общества.

В связи с тем, что основным источником пополнения семейных доходов россиян является *заработная плата*, важнейшим фактором дифференциации доходов и общего материального положения являются образование и социально-профессиональная принадлежность.

Люди, имеющие низкий образовательный статус (начальное, неполное среднее образование), чаще других декларируют среднедушевые доходы ниже прожиточного минимума (49,6%) либо на уровне, незначительно превышающем ПМ (31,2%). Обладатели высокого образовательного статуса, напротив, чаще других имеют доходы, превышающие ПМ в 2 и более раз (24,6%).

Средние заработки от основной работы людей с высшим образованием составляют 6863 руб. при 4861 руб. тех, кто имеет среднее, и 3799 руб. – начальное и неполное среднее образование.

Покупательная способность групп с различным образовательным статусом также принципиально разная. Люди с начальным и неполным средним образованием в большинстве (73%) либо не имеют денег даже на продукты, либо располагаются на следующей ступени покупательной способности – «не имеют денег на одежду». Обладатели среднего образовательного статуса располагаются в середине иерархии покупателей (74,7% имеют деньги либо на продукты, либо на продукты и одежду). Высшее образование гораздо чаще открывает доступ к дорогостоящим покупкам – 22,4% «могут приобрести вещи длительного пользования».

Социально-профессиональная принадлежность предопределяет наиболее глубокие перепады в уровне доходов различных групп населения. Главный водораздел здесь проходит между работающими и теми, кто по тем или иным причинам не работает. Другим важным фактором дифференциации финансового положения является квалификация работы, а также самостоятельная предпринимательская занятость.

Большинство безработных (53,6%) и пенсионеров (53,8%) имеют доходы ниже прожиточного минимума, другими словами – находятся за чертой бедности (табл. 4.1-3). По этому показателю к ним близки занятые в домашнем хозяйстве (41,8%). Кроме того, к бедным по уровню доходов относятся неквалифицированные рабочие и младший обслуживающий персонал (38,9%). Наибольшие доходы декларируют предприниматели, руководители и специалисты высшего звена - среди них доля бедных ниже или равна 10%, а средние и высокодоходных достигает 37%. Те же тенденции проявляются в покупательной способности представителей этих групп. Пенсионеры, безработные и неквалифицированные работники либо «едва сводят концы с концами, не имея достаточных средств даже на покупку продуктов», либо относятся к «богатым бедным» - располагают деньгами на продукты, но не на одежду.

Служащие из числа технического и обслуживающего персонала, квалифицированные рабочие, военнослужащие находятся в середине покупательской иерархии, имея средства на необходимые траты, но будучи ограничены в дорогих приобретениях. Наконец, высшие ступени здесь занимают предприниматели, руководители и специалисты различного уровня.

Таблица 4.1-3. Уровень доходов в различных социально-профессиональных группах, % (ВЦИОМ, март 2004 г.)

	Занимаются частным предпринимательством, бизнесом	Руководители, зам.руководителей, главные специалисты предприятий	Руководители подразделений, специалисты	Служащие из числа технического и обслуживающего персонала	Квалифицированные рабочие	Неквалифицированные рабочие, младший обслуживающий персонал	Военнослужащие	Безработные	Студенты, учащиеся	Пенсионеры	Занятые домашним хозяйством
Уровень доходов											
Бедные (доходы ниже ПМ)	4,7	11,6	14,3	30,1	28,6	38,9	5,6	53,6	17,3	53,8	41,8
Низкодоходные (от 1 до 2 ПМ)	29,7	20,9	31,7	35,3	38,1	34,7	27,8	15,5	22,2	31,7	21,8
Среднедоходные (от 2 до 3 ПМ)	20,3	11,6	13,5	9,0	7,6	4,2	11,1	1,2	6,2	2,4	1,8
Высокодоходные (более 3 ПМ)	17,2	25,6	12,7	5,6	4,8	2,1	16,7	1,2	3,7	1,0	1,8
Затруднились ответить	28,1	30,2	27,0	19,9	21,0	20,0	38,9	28,6	50,6	11,1	32,7
Покупательная способность											
Едва сводим концы с концами, денег не хватает даже на продукты	0,0	0,0	1,6	6,8	8,9	21,3	0,0	25,3	4,9	30,1	14,8
На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает финансовые затруднения	14,5	16,3	23,2	30,8	29,7	39,4	5,6	45,8	22,2	52,7	40,7
Денег хватает на продукты и одежду, покупка вещей длит. пользования – проблема	35,5	39,5	42,4	47,4	54,3	34,0	55,6	20,5	48,1	14,1	35,2
Можем приобретать вещи длительного пользования, затруднительно приобретать действительно дорогие вещи	48,4	37,2	28,8	11,7	4,8	1,1	22,2	7,2	21,0	1,7	7,4
Можем позволить себе дорогостоящие вещи - квартиру, дачу и другое	1,6	7,0	0,8	0,0	0,6	1,1	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0
Затруднились ответить	0,0	0,0	3,2	2,6	1,6	3,2	16,7	1,2	2,5	1,0	1,9

Заметим также, что рассмотренные половозрастные, образовательные и социально-профессиональные различия, ярко выраженные в оценках декларируемого уровня дохода и его качественного наполнения в виде покупательной способности, практически нивелируются в общих самооценках материального положения (*хорошее - плохое*) и его перспектив (*будет хуже – будет лучше*). Различия в оценках между мужчинами и женщинами, молодежью и пожилыми, низко и высоко образованными можно признать незначимыми.

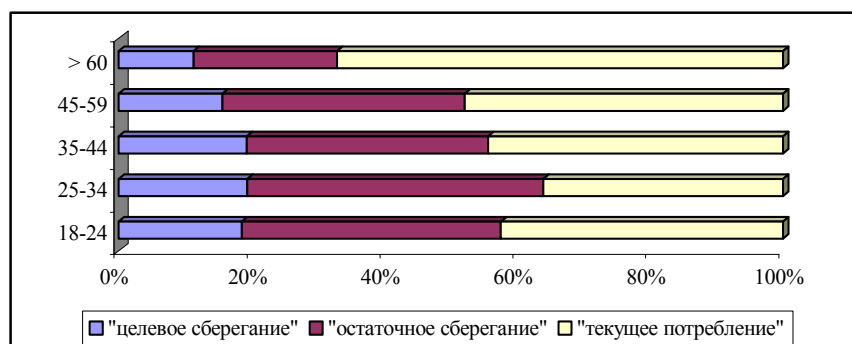
4.2. ФОРМЫ И ВИДЫ ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ

Формы финансовой активности существенно различаются среди респондентов различных *возрастных* групп, а также представителей различных *социально-профессиональных* групп и респондентов с различным уровнем *образования*. Анализ предпочтительности тех или иных форм финансовой активности среди представителей различных социально-демографических групп позволяет сделать вывод о том, что домохозяйства с ограниченными ресурсами (материальный, образовательный, возрастной, социальный) как в текущих стратегиях семейных расходов, так и в более долгосрочных стратегиях предпочитают *страховые* формы финансовой активности. С расширением ресурсов домохозяйств более привлекательными становятся, помимо *сберегательных (накопительных)* форм поведения, *инвестиционные* формы финансовой активности.

Формы финансовой активности респондентов различных возрастных групп

В текущих финансовых стратегиях к *накоплениям* более склонны представители молодежных и средних возрастных групп. Так, 53,4% в возрасте 18-25 лет, 71,6% - в возрасте 25-34 лет и 64,1% - в возрасте 35-44 лет отметили, что они так или иначе *делают сбережения*. В старших возрастных группах доля таких семей сокращается. Так, в возрастной группе 45-59 лет доля семей, делающих сбережения составляет 50,7%, а среди респондентов старше 60 лет отметили, что удается что-то накапливать 32,5% опрошенных. Большинство же респондентов старше 60 лет (66,4%) отмечают, что вынуждены все тратить на текущее потребление.

Рисунок 4.2-1. Предпочтительные стратегии текущих расходов среди респондентов различных возрастных групп, % (ВЦИОМ, март 2004 г.)



Возрастные различия наблюдаются и при выборе предпочтительных видов и форм финансовой активности. Прежде всего, изменяется соотношение ведущих форм финансовой активности: с увеличением возраста возрастает значимость *страхования*, которое в возрастной группе старше 60 лет практически занимает лидирующие позиции (64,6%), даже опережая *текущее потребление* (38,8% опрошенных этой группы предпочитают потратить дополнительную крупную денежную сумму на приобретение вещей). «Пожилые» респонденты значительно чаще, по сравнению с остальными возрастными группами, выбирают все три позиции страховой активности. Как и следовало ожидать доминирующее значение здесь имеет позиция «отложу «про запас» на непредвиденный случай» (44,5%), более трети опрошенных этой группы (36,2%) – потратили бы дополнительные денежные средства на *лечение* и еще 2,9% приобрели бы *страховой полис для себя и своих близких*, либо потратили на *дополнительное пенсионное обеспечение* (см. таблицу 4.2-2).

Таблица 4.2-2. Предпочтительные виды и формы использования крупной денежной суммы среди респондентов различных возрастных групп, % (ЦИРКОН-ВЦИОМ, март 2004 г.)

Виды финансовой активности/Предпочтения использования денежных средств	Возрастные группы				
	18-24	25-34	35-44	45-59	>60
Потребление	63,8	61,9	64,4	59,6	38,8
потрачу на приобретение вещей для дома (мебель, одежда, бытовая техника и т.п.)	30,3	37,4	32,9	33,3	22,7
постараюсь добавить средств (например, взять в долг) и приобрести участок земли, дачный домик, автомобиль и т.д.	15,8	15,0	16,1	11,3	3,2
потрачу на образование и развитие детей	12,2	13,6	24,0	21,4	14,1
потрачу на развлечения (удовольствия), отправлюсь в путешествие, турпоездку	14,9	8,1	4,1	3,4	1,4
Сбережение	17,2	18,3	15,8	13,0	5,7
отложу надолго, чтобы накопить на более дорогостоящие приобретения (дом, квартиру, дорогой автомобиль и т.п.)	13,6	14,3	15,1	11,5	4,3
куплю драгоценности, золото, ювелирные изделия	3,6	4,0	0,7	1,5	1,4
Страхование	19,9	24,2	34,2	43,8	64,9
отложу "про запас" (на непредвиденный случай, особые события, "черный день" и т.п.)	14,0	21,2	21,9	30,1	44,5
потрачу на свое лечение и лечение близких родственников	6,3	2,9	12,7	18,2	36,2
приобрету страховой полис ("страховку") для себя или близких, потрачу на дополнительное пенсионное обеспечение (через пенсионный фонд)	1,8	0,4	1,7	1,9	2,9
Инвестирование	33,9	21,2	17,8	13,9	7,8
вложу в собственное дело, предприятие	16,3	8,8	8,6	7,1	0,6
потрачу на переквалификацию, приобретение новой специальности	5,4	7,6	2,7	0,6	-
положу в банк под процент, куплю акции или другие ценные бумаги российских компаний, куплю государственные ценные бумаги (облигации и т.п.)	15,4	11,0	6,8	6,8	7,2
Заемное поведение (верну ранее взятые долги)	3,2	7,3	8,6	9,0	2,3

Молодежные возрастные группы, прежде всего в возрасте 18-24 года, чуть в меньшей степени в возрасте 25-34 года, наоборот, *страховым* видам финансовой активности чаще предпочитает *инвестиционные*. Так, респонденты этих возрастных групп более склонны не только потратить свободные денежные средства на «приобретение земельного участка, садового домика, автомобиля», а также на *развлечения и туризм*, но и *вложить в собственное дело, положить в банк под проценты, купить ценные бумаги*, а также потратить на *переквалификацию, приобретение новой профессии*.

Для средних возрастных групп (35-44 года и 45-59 лет) наиболее предпочтительными формами перспективного финансового поведения являются дорогостоящие приобретения («добавив средств, купить земельный участок, садовый

домик, автомобиль»), затраты на образование и развитие детей, заемное, а также целевое сберегательное поведение.

Формы финансовой активности респондентов различных социально-профессиональных групп

Определенная дифференциация в предпочтении различных видов и форм финансовой активности наблюдается и среди представителей различных социально-профессиональных групп.

Наибольшая частота выбора инвестиционных форм финансового поведения исследование фиксируется среди представителей частного бизнеса, для которых эта позиция выходит на первое место в соотношении различных видов и форм финансовой активности – 50,0%, превышая даже частоту предпочтения текущего потребления, составляющую 46,9% (см. таблицу 4.2-3).

Таблица 4.2-3. Предпочтительные виды использования крупной денежной суммы среди различных социально-профессиональных групп, % (ЦИРКОН-ВЦИОМ, март 2004 г.)

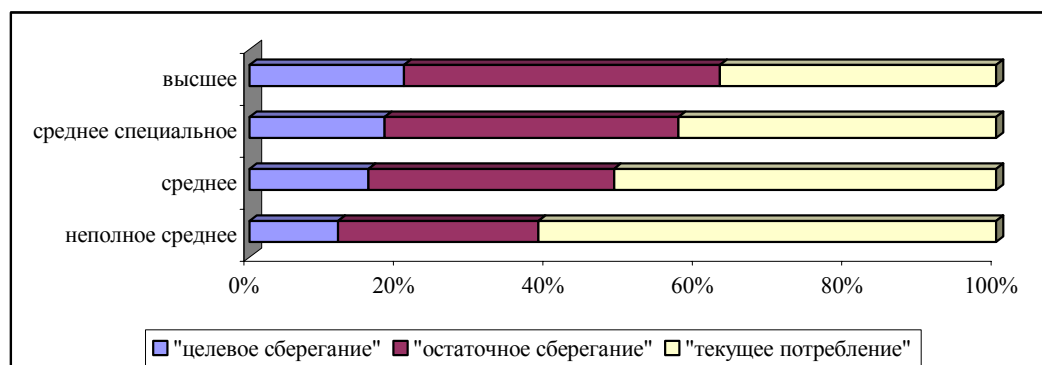
Предпочтительные виды финансовой активности	Социально-профессиональные группы										
	Занимается частным предпринимательством, бизнесом	Руководитель, зам.руководителя, гл. специалист предприятия, организации	Руководитель подразделения	Служащий из числа тех и облсл. персонала	Квалифицированный рабочий	Неквалифицированный рабочий	Военнослужащий	Безработный	Учащийся, студент	Пенсионер	Занят домашним хозяйством
Потребление	46,9	65,1	61,9	63,9	58,7	65,3	66,7	60,7	64,2	41,3	81,8
Сбережение	10,9	16,3	21,4	15,0	16,8	7,4	-	15,5	22,0	7,0	12,7
Страхование	18,8	44,2	26,2	30,8	40,0	42,1	16,7	34,5	22,2	60,8	34,5
Инвестирование	50,0	16,3	24,6	20,7	15,9	27,8	19,0	27,2	-	6,7	12,7
Заемное поведение	4,7	2,3	7,1	8,6	10,5	5,3	5,6	6,0	2,5	3,6	9,1

Среди остальных же социально-профессиональных групп доминирующей остается потребительское поведение. Причем, для одних (неквалифицированные рабочие, военные, безработные, занятые домашним хозяйством) это сводится просто к «текущему потреблению» - «приобрету вещи для дома (мебель, одежду, бытовую технику). Представители более высоко оплачиваемых профессий (руководители и первого и второго звена управления, служащие, квалифицированные рабочие) выбирают более дорогие траты – развлечения, туризм, «добавить средств и купить земельный участок, садовый домик и т.п.».

Формы финансовой активности респондентов с различным образованием

Определенные различия как в текущих стратегиях финансового поведения, так и в значимости различных видов финансовой активности демонстрируют респонденты с разным уровнем образования: с повышением уровня образования растет склонность делать сбережения. Так, среди респондентов с неполным средним образованием большинство тратит все на текущее потребление, тогда как среди респондентов со средним специальным образованием таких – 40,7%, с высшим – 36,1%.

Рисунок 4.2.-4. Предпочтительные стратегии текущих расходов среди респондентов с различным уровнем образования, %



Среди респондентов с низким образовательным уровнем несколько иначе, по сравнению с другими образовательными группами, выглядит и соотношение предпочтительных видов финансовой активности, в пользу *страхования*, которая в этой группе занимает лидирующие позиции (см. таблицу 4.2-5).

Для респондентов с высшим образованием заметно чаще привлекательными выступают *инвестиционные* формы активности. Несколько большая доля опрошенных этой группы готова вложить в собственное дело (13,%), а также разместить вклад в банке под проценты, купить ценные бумаги – 12,9%. Также достаточно высока готовность респондентов со средним образованием разместить вклад в банке или купить ценные бумаги – 9,9%, в то время как вложить в собственное дело готовы 8,8% респондентов этой группы.

Таким образом, анализ различий форм финансовой активности среди представителей различных социально-демографических групп позволяет сделать вывод о том, что *домохозяйства с ограниченными ресурсами* (материальный, образовательный, возрастной, социальный) как в текущих стратегиях семейных расходов, так и в более долгосрочных стратегиях предпочитают *страховые* виды финансовой активности. С расширением ресурсов домохозяйств более привлекательными становятся *инвестиционные* формы финансовой активности.

Таблица 4.2.-5. Предпочтительные виды и формы использования крупной денежной суммы среди респондентов с различным уровнем среднедушевых доходов, % (ЦИРКОН-ВЦИОМ, март 2004 г.)

Виды финансовой активности/Предпочтения использования денежных средств	Образование			
	Неполное среднее	Среднее	Среднее специальное	Высшее
Потребление	46,7	61,9	58,7	61,4
потрачу на приобретение вещей для дома (мебель, одежда, бытовая техника и т.п.)	27,6	36,0	30,9	29,6
постараюсь добавить средств (например, взять в долг) и приобрести участок земли, дачный домик, автомобиль и т.д.	7,7	9,9	14,0	16,2
потрачу на образование и развитие детей	2,9	6,2	6,1	7,2
потрачу на развлечения (удовольствия), отправлюсь в путешествие, турпоездку	13,6	19,2	16,7	23,1
Сбережение	8,2	13,6	15,9	16,6
отложу надолго, чтобы накопить на более дорогостоящие приобретения (дом, квартиру, дорогой автомобиль и т.п.)	7,3	12,5	12,7	13,4
куплю драгоценности, золото, ювелирные изделия	1,0	1,2	3,1	3,2
Страхование	55,0	36,7	33,6	33,9
отложу "про запас" (на непредвиденный случай, особые события, "черный день" и т.п.)	38,5	23,8	24,4	25,3
потрачу на свое лечение и лечение близких родственников	29,3	15,5	11,1	10,5
приобрету страховой полис ("страховку") для себя или близких, потрачу на дополнительное пенсионное обеспечение (через пенсионный фонд)	1,2	2,5	1,5	2,2
Инвестирование	9,4	19,6	16,1	27,4
вложу в собственное дело, предприятие	2,7	8,8	7,3	13,0
потрачу на переквалификацию, приобретение новой специальности	0,5	1,8	2,3	3,2
положу в банк под процент, куплю акции или другие ценные бумаги российских компаний, куплю государственные ценные бумаги (облигации и т.п.)	6,3	9,9	7,9	13,9
Заемное поведение (верну ранее взятые долги)	4,4	6,2	7,9	6,9

4.3. ОСОБЕННОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ СОЦИО-КУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ ФИНАНСОВОЙ АКТИВНОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУППАХ

Воздействие факторов, влияющих на финансовое поведение в различных социально-демографических группах населения проявляется неравномерно, что, в свою очередь, оказывает влияние на выбор того или иного вида финансовой активности, использование тех или иных финансовых инструментов, а также выработки долгосрочных стратегий финансового поведения.

Рассмотрим особенности влияния указанных факторов среди представителей различных *возрастных групп* и респондентов с различным *уровнем образования*.

Между респондентами различных *возрастных групп* существует значимая дифференциация *субъективных оценок как современной ситуации, так и перспектив возможностей делать сбережения в ближайший год*. С увеличением возраста растет доля негативных оценок текущей ситуации и снижается доля деклараций возможностей делать сбережения в ближайший год (см. таблицу 4.3-1).

Рассматривая особенности различных возрастных групп по такому фактору как *опыт предыдущих инвестиционных вложений*, обращает на себя внимание то, что помимо молодежной группы, которая вполне естественно имеет минимальный опыт вложения средств (84,2% отметили, что за последние 7-8 лет не вкладывали деньги в банки или компании), определенную финансовую «пассивность» демонстрируют средние возрастные группы – 35-44 лет, где 70,2% респондентов этой группы не имеют опыта вложения средств за последние 7-8 лет.

Более позитивно свой опыт вложения денежных средств оценивают респонденты возрастной группы 25-34 лет, где 6,6% отметили, что оказались «в прибыли», еще 14,3% респондентов этой группы отметили, что ничего не приобрели, но и ничего не потеряли, тогда как только 2,6%, по собственным оценкам, скорее «потеряли». В старших же возрастных группах возрастают оценки негативного опыта вложения средств.

Именно представители молодежной возрастной группы более *склонны к риску*, то есть они чаще, по сравнению с другими возрастными группами склонны выбирать коммерческий банк, предлагающий высокие проценты, но имеющий низкую надежность - 9,2%, тогда как в средних возрастных группах (35-44 лет) доля респондентов склонных к риску составляет 2,9%.

Значимые различия среди представителей различных возрастных групп наблюдаются и по такому фактору, как *использование информационных источников* о тех финансовых структурах, где респонденты хотели бы разместить свои свободные денежные средства. Так, в молодежных группах более сильное влияние на выбор банка или компании оказывает мнение их референтной группы – друзья, знакомые (в возрастной группе 18-24 – 30,8%, в группе 25-34 года - 30,4%). Помимо этого, представители этих молодежных групп, чаще остальных, готовы лично обойти предполагаемые банки и изучить их предложения на месте (24,4% и 19,8%, соответственно).

Респонденты средних возрастных групп (35-44 года), также в большей степени склонны доверять мнению и рекомендациям друзей и знакомых, тем не менее достаточным важным для них представляется помощь специалистов консультационных фирм (13,7%) и информация в газетах, журналах, в Интернете (8,9%).

Респонденты старших возрастных групп чаще склонны действовать по привычке. Причем, опрошенные в возрасте 45-59 лет привыкли полагаться на интуицию. Обращает на себя внимание тот факт, что респонденты старше 60 лет менее всего склонны доверять советам специалистов: только 2,6% опрошенных этой группы воспользовались бы услугами специалистов консультационных фирм, тогда как, например, в возрастной группе 45-59 лет доля таких респондентов составляет 9,0%, а в самой «молодой» - 14%.

Таблица 4.3-1. Воздействие факторов финансовой активности среди респондентов различных возрастных групп (ЦИРКОН-ВЦИОМ, март 2004 г.)

Факторы финансового поведения	Возрастные группы				
	18-24	25-34	35-44	45-59	>60 лет
Текущая оценка инвестиционного климата					
<i>«Как Вы считаете, сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы делать сбережения?»</i>					
Хорошее	18,1	18,3	10,9	14,5	6,0
Не хорошее, но и не плохое	42,5	43,9	41,8	36,1	33,6
Плохое	31,2	30,0	38,7	40,2	50,9
Затруднились ответить	8,1	7,7	8,6	9,2	9,5
Представления о будущем, ожидания стабильности или перемен в инвестиционном климате					
<i>«Как Вы думаете, в ближайший год Ваши возможности накапливать или вкладывать свободные денежные средства возрастут или уменьшатся?»</i>					
Возрастут (повысятся доходы, уменьшатся расходы)	32,1	27,5	16,1	10,0	2,9
Уменьшатся (доходы уменьшатся, расходы возрастут)	15,8	16,5	18,5	28,6	27,9
Не изменятся	34,4	40,7	50,3	49,6	55,5
Затруднились ответить	17,7	15,4	15,1	14,5	13,8
Опыт предыдущих инвестиционных вложений					
<i>«Вкладывали ли Вы за последние 7-8 лет свои деньги в различные финансовые компании, банки. Если да, то как Вы оцениваете свой опыт вложения денег в эти компании?»</i>					
Нет, не вкладывал	84,2	67,8	70,2	65,0	67,5
Да, и оказался в «прибыли»	3,6	6,6	3,4	3,0	2,6
Да, при этом ничего не приобрел, но ничего и не потерял	7,2	14,3	14,4	16,2	9,2
Да, при этом я «потерял» свои деньги	0,9	2,6	4,8	8,8	13,8
Затруднились ответить	1,8	4,0	2,7	1,9	2,6
Не хотели бы отвечать	2,3	4,8	4,5	5,1	4,3
Информационные источники, используемые индивидом при принятии решений о вложении средств					
<i>«Если Вы решите вложить свободные денежные средства в банк (или какую-нибудь другую компанию), какими источниками информации Вы воспользуетесь, чтобы сделать правильный выбор?»</i>					
Лично обойду предполагаемые для вложения банки и компании и изучу их предложения на месте	24,4	19,8	15,8	15,8	7,8
Просмотрю публикации о банках в газетах и журналах, в Интернете	8,1	9,5	8,9	6,0	2,9
Обращусь к специалистам в консультационные фирмы	14,0	11,4	13,7	9,0	2,6
Посоветуюсь с друзьями и знакомыми	30,8	30,4	29,1	25,0	24,4
Не стану ни с кем советоваться, положусь на интуицию, все равно стопроцентной уверенности нет	3,6	6,6	7,5	9,0	6,6
Не стану никуда обращаться, а деньги вложу по привычке туда же, куда уже вкладывал раньше	7,7	10,6	13,7	19,7	25,6
Затруднились ответить	11,3	11,7	11,3	15,6	30,2
Склонность кт риску					
<i>«Скажите, пожалуйста, если бы Вы решили доверить свои деньги коммерческому банку, то какой банк Вы бы выбрали?»</i>					
Предлагающий низкие проценты, но имеющий высокую надежность	46,8	46,7	43,9	47,4	44,4
Предлагающий высокие проценты, но имеющий низкую надежность	8,2	9,2	2,9	4,7	2,6
Банк, предлагающий средние проценты и среднюю надежность	27,3	24,3	29,3	24,2	16,6
Затрудняюсь ответить	17,7	19,9	23,9	23,7	36,4

Менее существенная дифференциация действия факторов на финансовое поведение наблюдается среди респондентов с разным **уровнем образования**.

Здесь также прослеживается зависимость между уровнем образованием и субъективными оценками как текущей ситуации, так и возможностей в ближайшее время делать сбережения: респонденты с более высоким уровнем образования чаще склонны к позитивным оценкам (см. таблицу 4.3-2).

Респонденты с разным уровнем образования различаются и по предшествующему опыту вложения свободных денежных средств: чаще такой опыт имели опрошенные с более высоким уровнем образования – среднее специальное и высшее (68,1% и 62,8% соответственно, отметили, что не имели такого опыта); реже – со средним и неполным средним образованием (73,7% и 71,7% соответственно). При этом респонденты с более высоким уровнем образование чаще позитивно оценивают опыт таких вложений.

Определенная дифференциация в этих группах наблюдается и по используемым *информационным источникам* для принятия решения в пользу того или иного финансового института. И здесь более четверти опрошенных (27,3%) респондентов с неполным средним образованием также затруднились дать ответ, что дает основание считать, что представители этой образовательной группы, скорее всего в ближайшее время не будут делать вкладов. Если же все-таки они примут такое решение, то чаще будут полагаться на мнение друзей и знакомых, либо действовать по привычке.

Высока значимость при выборе банка рекомендаций референтной группы для респондентов со средним образованием (30,9%).

Для респондентов же со средним специальным и высшим образованием, более значимы, по сравнению с другими группами, консультации специалистов, а также обращение к специализированной литературе и Интернет. В то же время любопытно и то, что 7,6% респондентов с высшим образованием при выборе финансового института будут полагаться на собственную интуицию, тогда как среди респондентов со средним специальным образованием таких несколько меньше – 5,6%.

Таблица 4.3-2. Воздействие факторов финансовой активности среди респондентов с различным уровнем образования

Факторы финансового поведения	Образование			
	Неполное среднее	Среднее	Среднее специальное	Высшее
Текущая оценка инвестиционного климата				
<i>«Как Вы считаете, сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы делать сбережения?»</i>				
Хорошее	7,7	13,6	15,4	16,6
Не хорошее, но и не плохое	35,8	39,3	39,0	42,2
Плохое	48,2	38,3	35,9	33,2
Затруднились ответить	8,2	8,8	9,6	7,9
Представления о будущем, ожидания стабильности или перемен в инвестиционном климате				
<i>«Как Вы думаете, в ближайший год Ваши возможности накапливать или вкладывать свободные денежные средства возрастут или уменьшатся?»</i>				
Возрастут (повысятся доходы, уменьшатся расходы)	8,7	16,6	18,0	20,2
Уменьшатся (доходы уменьшатся, расходы возрастут)	25,9	20,3	20,9	20,6
Не изменятся	49,6	49,2	45,1	45,1
Затруднились ответить	15,7	13,9	16,1	14,1
Опыт предыдущих инвестиционных вложений				
<i>«Вкладывали ли Вы за последние 7-8 лет свои деньги в различные финансовые компании, банки. Если да, то как Вы оцениваете свой опыт вложения денег в эти компании?»</i>				
Нет, не вкладывал	71,7	73,7	68,1	62,8
Да, и оказался в «прибыли»	3,1	1,2	4,0	7,9
Да, при этом ничего не приобрел, но ничего и не потерял	9,0	13,4	14,2	15,2
Да, при этом я «потерял» свои деньги	10,4	3,9	6,3	7,9
Затруднились ответить	2,2	3,5	2,7	1,4
Не хотели бы отвечать	3,6	4,4	4,8	4,7
Информационные источники, используемые индивидом при принятии решений о вложении средств				
<i>«Если Вы решите вложить свободные денежные средства в банк (или какую-нибудь другую компанию), какими источниками информации Вы воспользуетесь, чтобы сделать правильный выбор?»</i>				
Лично обойду предполагаемые для вложения банки и компании и изучу их предложения на месте	11,4	15,9	17,7	19,5
Просмотрю публикации о банках в газетах и журналах, в Интернете	3,4	5,5	7,5	12,3
Обращусь к специалистам в консультационные фирмы	5,6	9,5	12,7	10,1
Посоветуюсь с друзьями и знакомыми	27,6	30,9	25,7	24,2
Не стану ни с кем советоваться, положусь на интуицию, все равно стопроцентной уверенности нет	6,5	8,8	5,6	7,6
Не стану никуда обращаться, а деньги вложу по привычке туда же, куда уже вкладывал раньше	21,8	14,3	16,1	13,7
Затруднились ответить	23,7	15,0	14,6	12,6

5. ДОХОД КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Характерными особенностями нынешней ситуации являются, во-первых, в целом невысокий уровень доходов населения, а, во-вторых, существенные различия в доходах отдельных групп.

В исследовании еще раз зафиксированы различия в показателях доходов по данным Госкомстата и результатам опросов, что, вероятно, свидетельствует о склонности населения к занижению доходов в ходе личных интервью.

Высокий уровень доходов чаще предопределяет склонность людей к таким видам финансовой активности как *сбережения и инвестирование*. Склонность к *страхованию* (включая сбережения со страховыми мотивами) с ростом доходов, наоборот, снижается.

Представители высокодоходных групп населения чаще других обладают положительным опытом вложения денежных средств в различные финансовые компании, банки, оптимистично настроены в оценках нынешнего инвестиционного климата и перспектив его развития, ориентированы на активное освоение внешних информационных источников при принятии решений о вложении средств.

Финансовая активность индивида определяется многими факторами (см. Введение). Вместе с тем, очевидно, что одним из главных факторов является *доход*, существенно дифференцирующий население и разделяющий его на группы с весьма различными финансовыми стратегиями и типом финансового поведения.

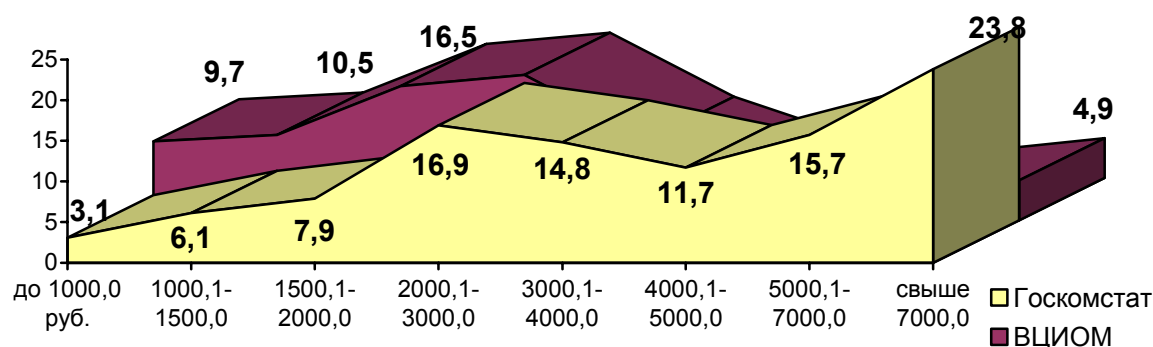
По данным Госкомстата, на долю 10% наиболее обеспеченного населения в I квартале 2004 г. приходилось около 30% общего объема денежных доходов, а на долю 10% наименее обеспеченного населения – только 2%. Причем это соотношение по сравнению с аналогичным периодом 2003 г. практически не менялось. Другими словами, *концентрация доходов на верхних ступенях доходной лестницы является долговременным фактором*, и можно прогнозировать его влияние на финансовое поведение населения в достаточно длительной перспективе. При этом, *когда речь идет о высокодоходных группах, то важно иметь в виду, во-первых, их сравнительную малочисленность и, во-вторых, - обладание средствами, сопоставимыми с доходами всего остального населения*.

Распределения населения по различным доходным группам, которые строятся в соответствии с Госкомстата и данными социологических опросов ВЦИОМ, существенно различаются. Из рисунка 5-1, где представлено такое распределение из расчета абсолютного размера среднедушевых доходов населения в рублях, видно, что в беднейшие группы с доходами до 2000 рублей (т.е. чуть ниже официального прожиточного минимума в 2143 рубля на конец 2003 г.) по данным опроса попадают 36,7% населения, а по данным Госкомстата вдвое меньше - 17,1%. Гораздо большие различия связаны с подсчетом доли лиц с высокими доходами. Здесь разрыв данных официальной статистики и опроса достигает почти 5 раз – в число обладателей доходов выше 5000 рублей Госкомстат включает 39,5% населения, а по самооценкам населения в опросах ВЦИОМ таких только 8,2%. В то же время видно, что в рамках низкого и среднего дохода (примерно до 4000-5000 рублей) распределение имеет общий «профиль», хотя и смещенный в данных опроса в пользу низких доходов.

При этом следует иметь в виду высокую долю людей, которые отказываются назвать величину своего дохода в ходе опросов – 22,2%. Косвенные данные (например,

определение уровня своей покупательной способности – на какие покупки хватает денег) свидетельствуют, что большинство этой группы относятся к слоям со средними доходами. Поэтому можно предположить, что их включение в данные по уровню доходов усилят, скорее всего, средние доходные группы.

Рисунок 5-1. Распределение населения по уровню среднедушевых доходов по данным Госкомстата (I кв. 2004 г.) и опроса ВЦИОМ (март 2004 г.), в %



В любом случае, с учетом всех погрешностей подсчетов, как в ходе опросов, так и со стороны официальной статистики, **налицо факт существенного занижения населением уровня своих доходов.** Это определенным образом характеризует отношение населения к своим доходам, особенно если иметь в виду высокий уровень теневизации российской экономики в целом и доходов населения в частности. В этой связи **попытки людей «замаскировать» свои доходы («прибедниться») можно рассматривать как особый социально-психологический фактор, тормозящий легальную финансовую активность населения.**

Важной характеристикой доходов населения является соотношение денежных величин текущих доходов и уровня прожиточного минимума. При этом следует учитывать многократные различия в уровне прожиточного минимума в различных регионах страны. По данным социологических исследований, треть населения имеет среднедушевые доходы ниже установленного прожиточного минимума (для каждого региона) и еще треть располагает доходами, равными ПМ или превышающими его не более чем в два раза (табл. 5-2.). И лишь у 12% текущие доходы превышают ПМ в 2 и более раз, что может свидетельствовать о достижении ими некой условной границы финансового благополучия. Оказалось невозможным определить соотношение доходов и ПМ для каждого пятого в силу отказов отвечать на вопросы о доходах либо в связи с трудностями, которые эти люди испытывают при определении конкретных размеров семейного бюджета. Среди тех же, кто дал конкретные ответы, группа с доходами ниже ПМ составляет 44,1%, с доходами от 1 до 2 ПМ – 40,5%, а обеспеченные слои с доходами, превышающими ПМ вдвое и более, «укладываются» в 15,4%.

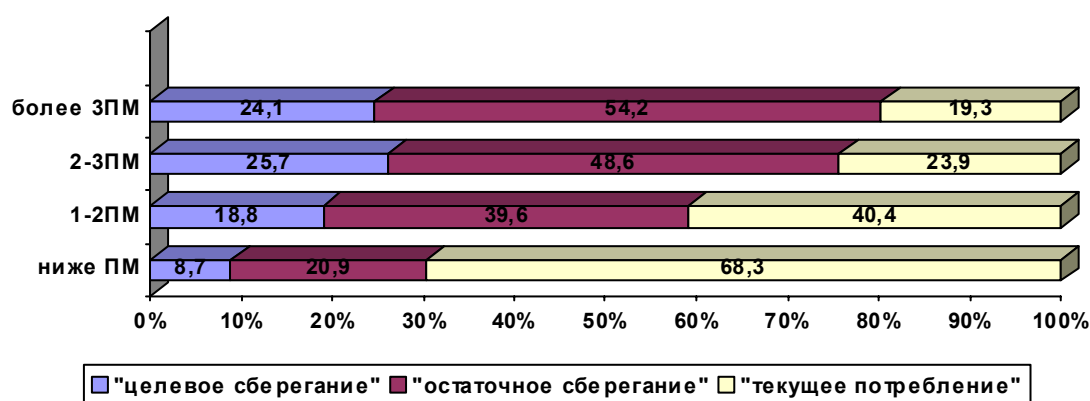
Таблица 5-2. Группы населения по уровню доходов (ВЦИОМ, март 2004 г.), в %

	Все опрошенные	Давшие конкретный ответ
Бедные (доходы ниже ПМ)	34,3	44,1
Низкодоходные (доходы составляют от 1 до 2 ПМ)	31,5	40,5
Среднедоходные (доходы составляют от 2 до 3 ПМ)	6,8	8,7
Высокодоходные (доходы составляют более 3 ПМ)	5,2	6,7
Затруднились, отказались ответить	22,2	-

Как же влияет принадлежность (на основе самооценок доходов) к той или иной доходной группе на конкретные проявления финансового поведения населения?

Преодоление «планки» прожиточного минимума дает людям определенную свободу финансового маневра. И хотя у тех, чьи доходы превышают ПМ незначительно, «коридор» этой свободы не так уж велик, тем не менее их финансовое поведение имеет качественные отличия от поведения тех, кто живет за чертой бедности. Во-первых, изменяются стратегии текущих расходов домохозяйств - соотношение текущего потребления и накопления складывается в пользу накопления. Причем увеличивается как плановое, целевое накопление (когда из текущих доходов сначала откладывается определенная часть, а остальное тратится), так и сбережения, формируемые по остаточному принципу (откладывается то, что остается после трат на текущие нужды). И если большинство респондентов, имеющих среднедушевой доход ниже прожиточного минимума (68,3%), вынуждены тратить все деньги на текущие расходы, то в остальных доходных группах большинство опрошенных имеют возможность делать сбережения (рис. 5-3). Достижение же 2-кратного превышения доходов над ПМ обеспечивает возможности накопления для подавляющего большинства – в этих группах к сбережениям прибегают $\frac{3}{4}$.

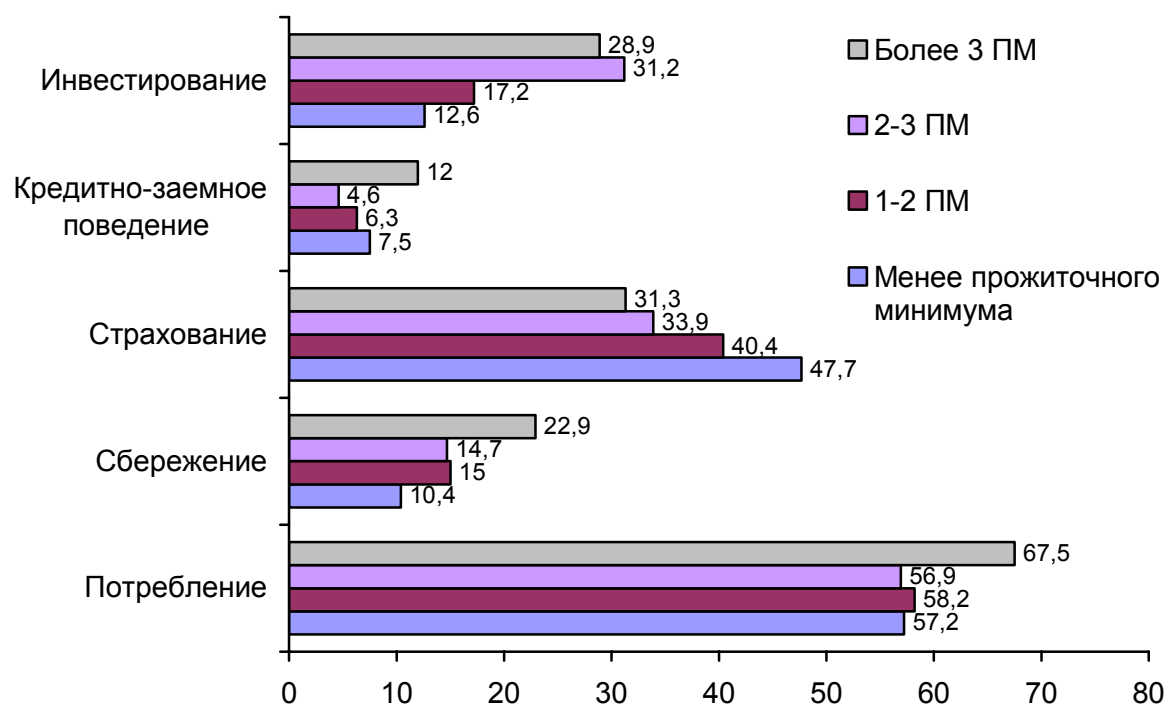
Рисунок 5-3. Предпочтительные стратегии текущих расходов среди респондентов с различным уровнем среднедушевых доходов, %



В зависимости от уровня доходов меняются и установки на те или иные *виды финансовой активности* (рис. 5-4). Представители *высокодоходной* группы (с доходами в 3 и более раз превышающими ПМ) чаще других демонстрируют установки: 1) на потребление; 2) на сбережения; 3) на кредитно-заемное поведение. При этом как прямую зависимость от уровня доходов можно характеризовать зависимость ориентации на *сбережения* (чем выше доход, тем выше склонность к сбережениям). Установки на кредитно-заемное поведение имеют несколько другой вид – начиная с

беднейших групп и до групп со средним уровнем доходов они снижаются, а с переходом к высокодоходной группе резко возрастают. Предпочтения в сфере инвестирования также растут в целом поступательно с ростом доходов, однако в группе со средними доходами фиксируется особый всплеск интереса к этому виду финансовой активности. Обратная картина характерна для ориентаций на страхование – *с ростом среднедушевых доходов значимость страхования снижается, и наибольший интерес к различным формам страховой активности проявляют низкодоходные и беднейшие слои населения.*

Рисунок 5-4. Предпочтения различных видов финансовой активности в зависимости от уровня среднедушевых доходов, в %



Более детально влияние доходов на установки при выборе того или иного вида финансовой активности видно при рассмотрении ее конкретных направлений. Интересы граждан *с высокими доходами* гораздо чаще, чем представителей низкодоходных слоев, концентрируются на приобретении участка земли, дачного дома, накоплении средств для особо дорогих покупок (дома, квартиры), инвестировании в собственное дело, на обеспечении себе комфортного отдыха (развлечения, путешествия, турпоездки), а также на возврате ранее взятых долгов. Интересы беднейших слоев лидируют в отношении приобретения вещей для дома, самострахования (лишние деньги отложат «про запас» на непредвиденный случай), лечения. Включение в «орбиту» своей финансовой активности услуг страховых компаний в целом очень низко, но характерно, что в высоко доходной группе вообще не нашлось желающих вложить свободные денежные средства в приобретение страхового полиса для себя или своих близких, либо потратить на дополнительное пенсионное обеспечение (табл. 5-5).

Таблица 5-5. Предпочтительные виды и формы использования крупной денежной суммы среди респондентов с различным уровнем среднедушевых доходов, %

Виды финансовой активности/Предпочтения использования денежных средств	Среднедушевые доходы			
	Менее ПМ <i>бедные</i>	1-2 ПМ, <i>низко доходные</i>	2-3 ПМ, <i>средне доходные</i>	Более 3 ПМ, <i>высоко доходные</i>
потрачу на приобретение вещей для дома (мебель, одежда, бытовая техника и т.п.)	34,8	30,5	25,7	30,1
постараюсь добавить средств (например, взять в долг) и приобрести участок земли, дачный домик и т.д.	9,1	14,7	14,7	21,7
потрачу на образование и развитие детей	20,6	17,2	14,7	20,5
потрачу на развлечения (удовольствия), отправлюсь в путешествие, турпоездку	2,0	5,3	6,4	15,7
отложу надолго, чтобы накопить на более дорогостоящие приобретения (дом, квартиру и т.п.)	10,0	11,7	11,0	20,5
куплю драгоценности, золото, ювелирные изделия	0,4	3,4	3,7	2,4
отложу "про запас" (на непредвиденный случай, особые события, "черный день" и т.п.)	33,5	25,9	23,9	21,7
потрачу на свое лечение и лечение близких родственников	21,9	19,2	11,0	10,8
приобрету страховой полис ("страховку") для себя или близких, потрачу на дополнительное пенсионное обеспечение (через пенсионный фонд)	2,0	2,2	0,9	-
верну ранее взятые долги	7,5	6,3	4,6	12,0
вложу в собственное дело, предприятие	3,5	7,3	14,7	21,7
потрачу на переквалификацию, приобретение новой специальности	2,2	1,8	3,7	-
положу в банк под процент, куплю акции или другие ценные бумаги российских компаний, куплю государственные ценные бумаги (облигации и т.п.)	7,5	8,5	13,8	8,4

Обращает на себя внимание высокая значимость расходования дополнительных денежных средств на *образование детей* практически полярных доходных групп: 20,6% респондентов с уровнем доходов ниже прожиточного минимума и 20,5% респондентов высоко доходной группы.

Наибольшая склонность к инвестиционной активности в целом чаще отмечается в средне и высоко доходных группах. Но если обладатели высоких доходов предпочитают вкладывать в собственное дело, то люди со средними доходами склонны не только вкладывать средства в собственное дело, но и чаще размещать их в виде банковских вкладов или покупки ценных бумаг.

Существенно различаются в зависимости от уровня доходов людей те *факторы, которые определяют параметры их финансовой активности*. С ростом доходов меняются практически с «минуса» на «плюс» субъективные оценки текущей ситуации и перспектив возможностей делать сбережения в будущем. Так, только 6,7% респондентов из беднейших слоев оценивают нынешнюю ситуацию как благоприятную для сбережений и примерно столько же (6,6%) считают, что возможности для накопления и вложения свободных средств в ближайшее время возрастут. Более половины бедных скептически относятся к финансовому положению населения и его перспективам (54,6 и 51,2%). Напротив, в высоко доходных группах эти оценки прямо

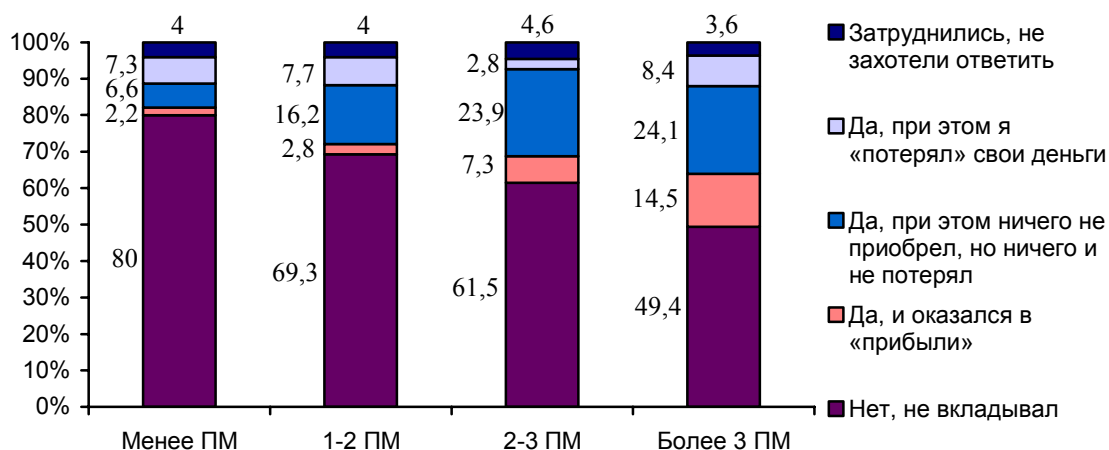
противоположные: 32,5% позитивно оценивают современную ситуацию и 38,6% - ближайшие перспективы возможностей делать сбережения. Доля скептиков здесь составляет 18,1% и 12,0% соответственно (см. таблицу 5-6).

Таблица 5-6. Оценка нынешних и будущих возможностей для сбережений и вложений средств респондентами различных доходных групп, в %

	Менее ПМ <i>бедные</i>	1-2 ПМ, <i>низко доходные</i>	2-3 ПМ, <i>средне доходные</i>	Более 3 ПМ, <i>высоко доходные</i>
Как Вы считаете, сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы делать сбережения?				
Хорошее	6,7	13,7	22,9	32,5
Не хорошее, но и не плохое	30,8	41,0	48,6	43,4
Плохое	54,6	36,6	24,8	18,1
Затруднились ответить	7,8	8,7	3,7	6,0
Как Вы думаете, в ближайший год Ваши возможности накапливать или вкладывать свободные денежные средства возрастут или уменьшаться?				
Возрастут (повысятся доходы, уменьшатся расходы)	6,6	14,9	34,9	38,6
Уменьшатся (доходы уменьшатся, расходы возрастут)	27,7	24,4	16,5	12,0
Не изменятся	51,2	49,5	35,8	41,0
Затруднились ответить	14,6	11,3	12,8	8,4

Различается и опыт вложения средств представителей различных доходных групп: 80,0% с низкими доходами отметили, что за последние 7-8 лет никуда не вкладывали свои деньги, а если такие вложения и были, то сопровождались «потерей» денег (7,3%). С увеличением дохода растет число респондентов, ранее делавших вложения, в высоко доходных группах их доля достигает 50,6%. При этом повышается и позитивная оценка результата вложения. Так, в высоко доходной группе в прибыли оказались 14,5%, еще 24,1% ничего не приобрели и не потеряли, в то время как «минусовой» результат отметили 8,4% опрошенных этой группы (см. рис. 5-7.).

Рисунок 5-7. Инвестиционный опыт респондентов с различным уровнем доходов, в %.
«Вкладывали ли Вы за последние 7-8 лет свои деньги в различные финансовые компании, банки. Если да, то, как Вы оцениваете свой опыт вложения денег в эти компании?»



В случае принятия решения о вложении своих средств в какие-либо финансовые структуры, люди с высокими доходами групп чаще склонны полагаться на оценки и рекомендации своих друзей и знакомых. Среди респондентов со средними доходами, помимо рекомендаций друзей и знакомых, достаточно значимыми в качестве источника информации являются услуги специалистов консультационных фирм, а также специализированная информация в газетах, журналах, в Интернете. Обращает на себя внимание и то, что на вопрос об источниках информации о банках, других компаниях 21,7% респондентов с доходами ниже прожиточного минимума затруднились дать ответ. Скорее всего, это связано с тем, что в ближайшее время представители этой группы вряд ли станут «потребителями» этих услуг. Тем не менее, если они все-таки и примут решение вложить свободные средства в ту или финансовую структуру, то скорее будут действовать по старым, наработанным схемам, «по привычке» (см. рис. 5-8).

Таблица 5-8. Предпочтения информационных источников при вложении средств среди респондентов с различным уровнем доходов, в %
«Если Вы решите вложить свободные денежные средства в банк (другую компанию), какими источниками информации Вы воспользуетесь, чтобы сделать правильный выбор?»

	Менее ПМ <i>бедные</i>	1-2 ПМ, <i>низко доходные</i>	2-3 ПМ, <i>средне доходные</i>	Более 3 ПМ, <i>высоко доходные</i>
Лично обойду предполагаемые для вложения банки и компании и изучу их предложения на месте	11,7	17,8	21,1	14,5
Просмотрю публикации о банках в газетах и журналах, в Интернете	3,1	8,1	7,3	9,6
Обращусь к специалистам в консультационные фирмы	10,6	9,3	11,0	10,8
Посоветуюсь с друзьями и знакомыми	25,3	29,5	31,2	36,1
Не стану ни с кем советоваться, положусь на интуицию, все равно стопроцентной уверенности нет	7,3	8,7	6,4	2,4
Не стану никуда обращаться, а деньги вложу по привычке туда же, куда уже вкладывал раньше	20,4	13,7	15,6	15,7
Затруднились ответить	21,7	12,9	7,3	10,8

6. ОСОБЕННОСТИ СБЕРЕГАТЕЛЬНОГО И ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

6.1. СБЕРЕЖЕНИЯ И ПЕНСИОННЫЕ НАКОПЛЕНИЯ

Мониторинг субъективных показателей сберегательного поведения позволяет зафиксировать устойчивую позитивную тенденцию как увеличения доли семей, уже имеющих сбережения, так и числа респондентов, собирающихся делать сбережения.

Анализ динамики субъективных оценок минимального размера сбережений свидетельствует, что за три последних года произошло смещение "планки" субъективно понимаемого минимального уровня сбережений в более высокий диапазон: с 5-10 тыс. руб. до 10-30 тыс. рублей.

Динамика значимости тех или иных форм вложения денежных средств, несмотря на некоторые колебания, имеет устойчиво сохраняющуюся тенденцию. По-прежнему, снижается популярность такой формы хранения денежных средств как наличная валюта. Одновременно растет число людей, отдающих предпочтение наличным рублям. Также растет число людей, готовых положить деньги на депозитный вклад в Сбербанке. Значимость же таких сберегательных инструментов как акции и другие ценные бумаги, а также вклады в коммерческие банки не претерпела существенных изменений и остается на достаточно низком уровне.

Что же касается целей и мотивов осуществления сбережений, то и здесь за рассматриваемый период (2000-2004 гг.) не произошло каких-либо значимых отклонений: лидирующие позиции занимает "страховое" сбережение («на всякий случай, про запас» и на лечение).

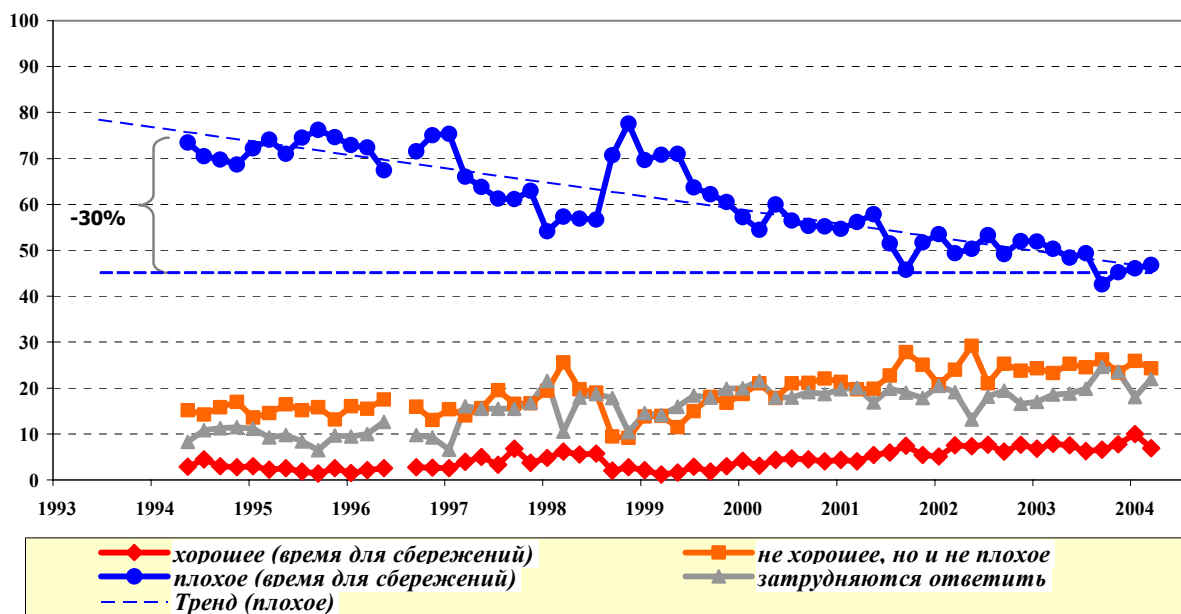
Возрастание в последнее время (в связи с проведением пенсионной реформы) значимости такой формы сберегательного поведения как пенсионные накопления способствует сохранению лидирующих позиций «страховых» мотивов сбережений.

Анализ динамики сберегательного поведения за 2000-2004 гг. свидетельствует о достаточно устойчивой тенденции роста субъективных показателей, характеризующих, прежде всего, оценку респондентами возможности в современной ситуации делать сбережения, а также увеличение доли семей, отметивших, что они имеют сбережения.

Так, за период с 2000 г. доля респондентов, считающих, что сейчас *хорошее или «не плохое» время* для сбережений возросла с 22,8% в январе 2000 г. до 35,6% в марте 2003, достигнув в марте 2004 г. максимального значения – 52%. (см. рисунок 6.1-1).

Рисунок 6.1-1.

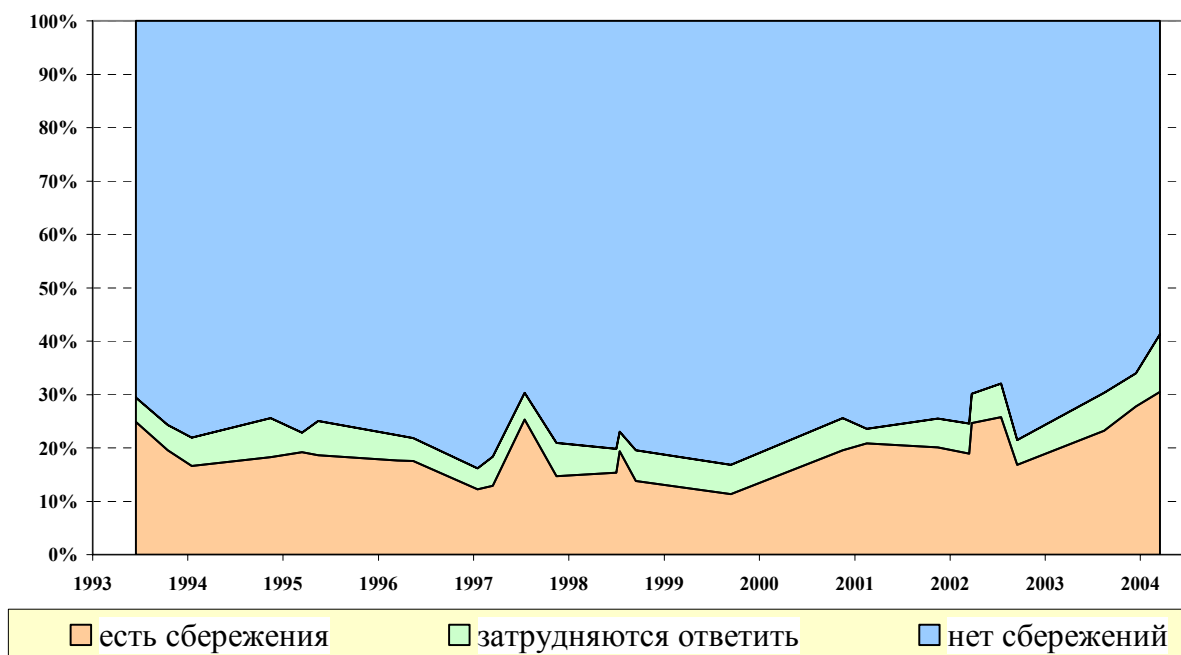
Если говорить в целом, то ... сейчас хорошее или плохое время для того, чтобы делать сбережения? (ВЦИОМ)



Увеличилась и доля семей, отметивших, что они имеют сбережения. Так, в марте 2004 г. – почти треть (31,4%) опрошенных указали, что они имеют сбережения, тогда как в сентябре 2003 г. таких было почти на 10% меньше (23,2%), а в сентябре 1999 г чуть более 10% (11,3%) (см. рисунок 6.1-2).

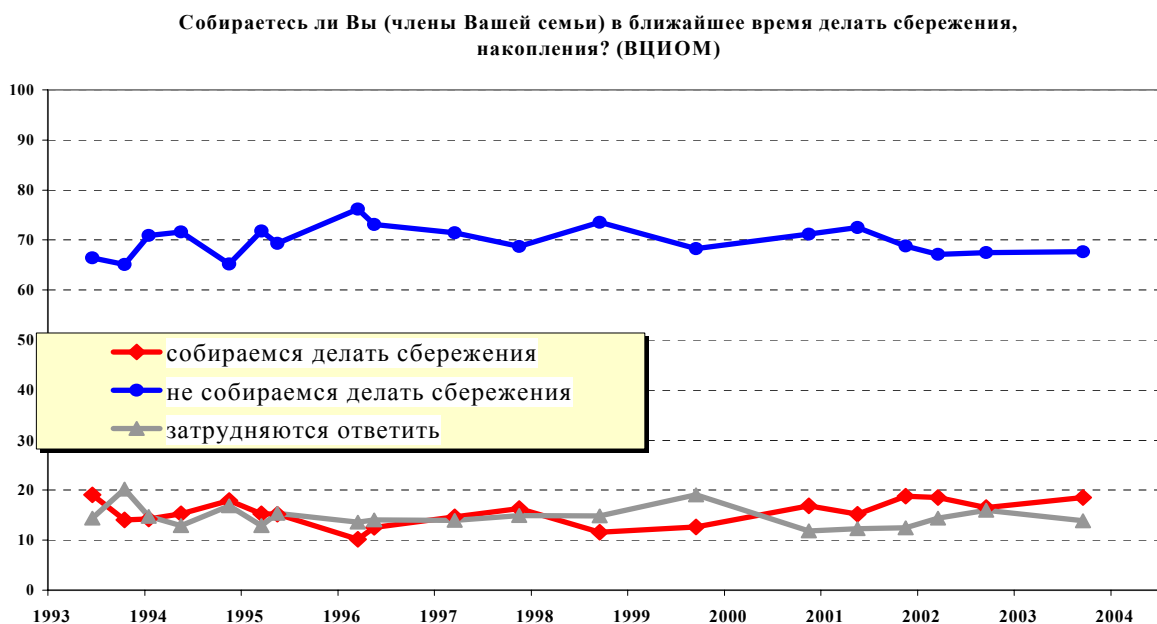
Рисунок 6.1-2

Есть ли в Вашей семье сбережения, накопления? (ВЦИОМ)



Еще одной немаловажной характеристикой сберегательного поведения населения выступает субъективная оценка намерения домохозяйств делать сбережения в ближайшее время. В целом значения этого показателя достаточно близки значению описанного выше показателя наличия сбережений. В то же время, если до 2001 года определенный рост этого показателя происходил в основном за счет сокращения числа затруднившихся ответить, то в период с 2001-2003 гг. наблюдалось некоторое снижение доли семей, не планирующих делать сбережения (с 72,5% в мае 2001 г. до 67,1% в марте 2002г. и 67,5% в конце 2003 г. (см. рисунок 6.1-3).

Рисунок 6.1-3.



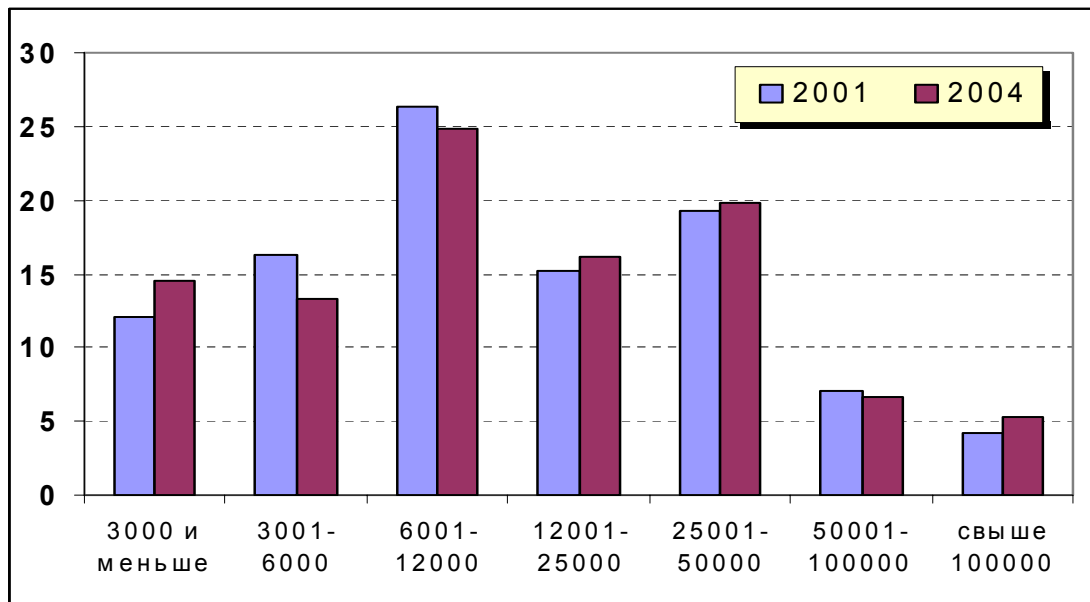
Таким образом, мониторинг субъективных показателей сберегательного поведения позволяет зафиксировать устойчивую позитивную тенденцию как увеличения доля семей, имеющих сбережения, так и роста намерений в ближайшем будущем делать сбережения.

Тем не менее, опыт исследований финансового поведения свидетельствует о том, что вопрос о наличии сбережений задаваемый в прямой формулировке "Есть ли в Вашей семье сейчас сбережения, накопления?" неоднозначно интерпретируется респондентами и дает представление лишь о минимальных оценках доли семей, имеющих сбережения. В этой связи, характеризуя сберегательное поведение, довольно важным является изучение представлений россиян о том, что они понимают под словом "сбережения". С этой целью в ходе опроса 2004 г. (также как и в 2001 г.) задавался вопрос "Как Вы думаете, начиная с какой суммы денег можно сказать, что человек имеет сбережения, или какую минимальную сумму денег можно, по Вашему мнению, назвать сбережениями?".

Анализ распределений ответов на этот вопрос (и в 2001 г. и в 2004 г.) свидетельствует об огромном разбросе мнений. Есть довольно большая доля респондентов, считающих сбережениями суммы порядка 1000 руб., а есть и такие, кто суммы в 100,000 руб. не считает сбережениями. Вместе с тем, и в 2001 г. и в 2004 г. медианой распределения являлась сумма в 10000 руб. Иными словами, более половины из ответивших на указанный вопрос, считают сбережениями суммы 10000 руб. и меньше (см. рис. 6.1-4.).

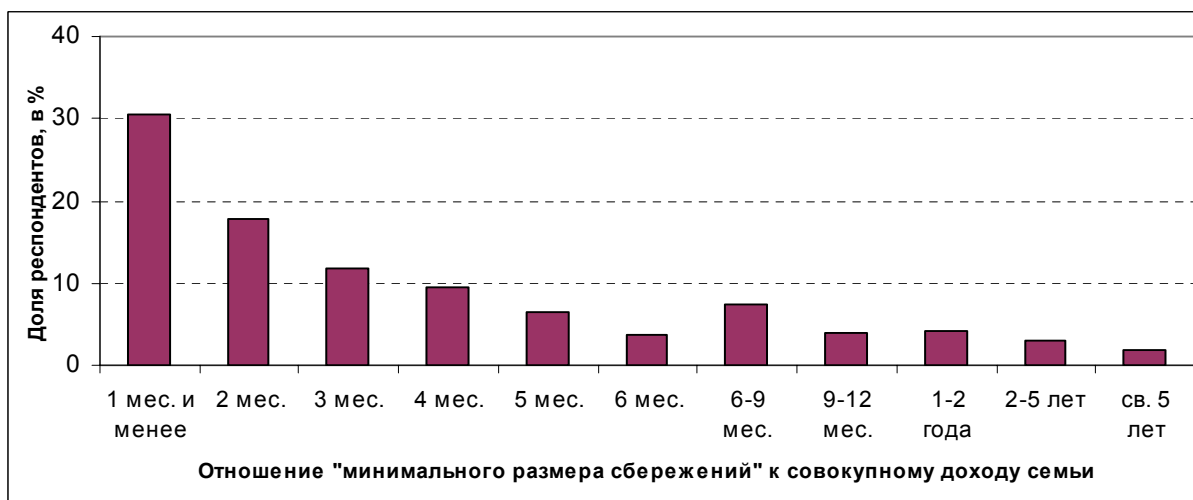
При этом (что удивительно) за три года не произошло существенных изменений представлений населения о минимальной сумме сбережений.

Рисунок 6.1-4. Какую сумму денег (в руб.) можно назвать сбережениями? в % респондентов, выбравших соответствующее значение (ЦИРКОН-ВЦИОМ)



Представляется логичным, что субъективные оценки минимальной суммы сбережений должны быть связаны с получаемым индивидом доходом. Если взять отношение минимальной суммы "сбережений", называемой респондентом, к величине совокупного денежного дохода его домохозяйства, мы получим величину, условно названную нами «сберегательным горизонтом» респондента. Данный индекс показывает, за сколько месяцев человек и его семья смогут заработать денежную сумму, эквивалентную для них минимальному размеру сбережений, или сколько месяцев они предполагают, условно говоря, прожить на сделанные ими минимальные сбережения в случае потери дохода (в этом смысле показатель можно назвать и «страховым» горизонтом). На рисунке 6.1.5 представлены данные, характеризующие «сберегательный (страховой) горизонт» населения по опросу 2004 года.

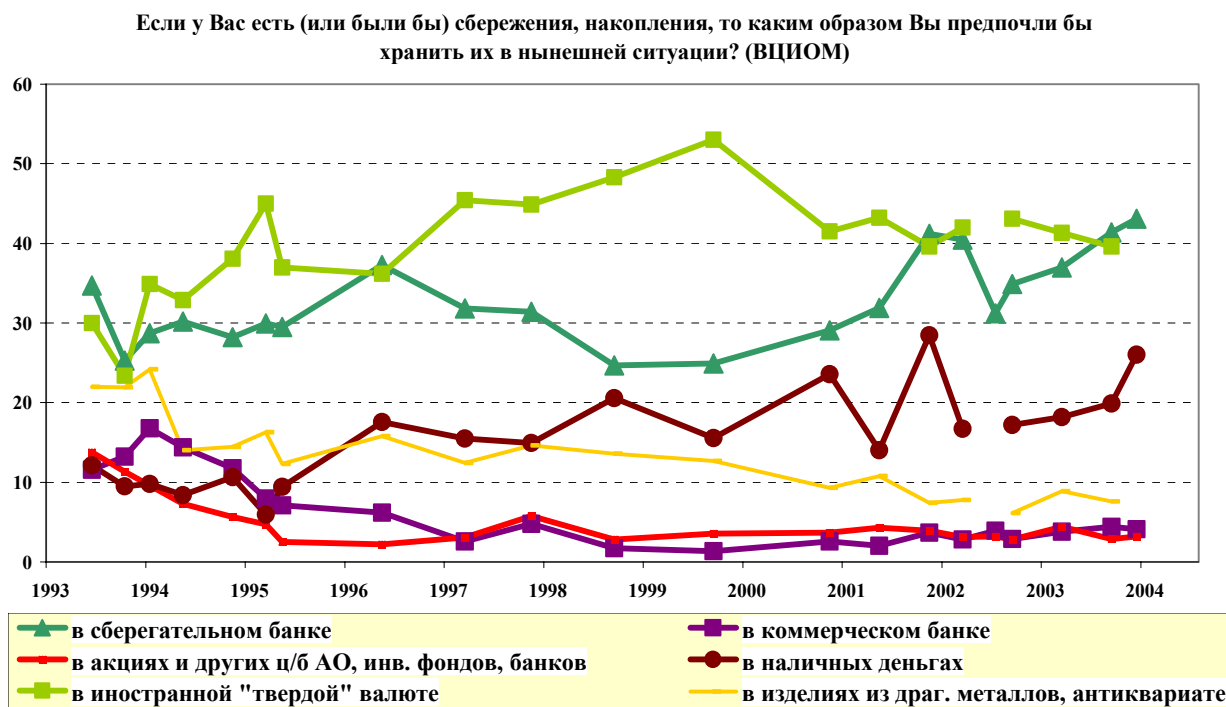
Рисунок 6.1-5 «Сберегательный горизонт» населения России



Данные мониторинга финансового поведения позволяют также оценить динамику предпочтений различных *форм вложения денежных средств* и выделить наиболее широко распространенные *мотивы для осуществления сбережений*.

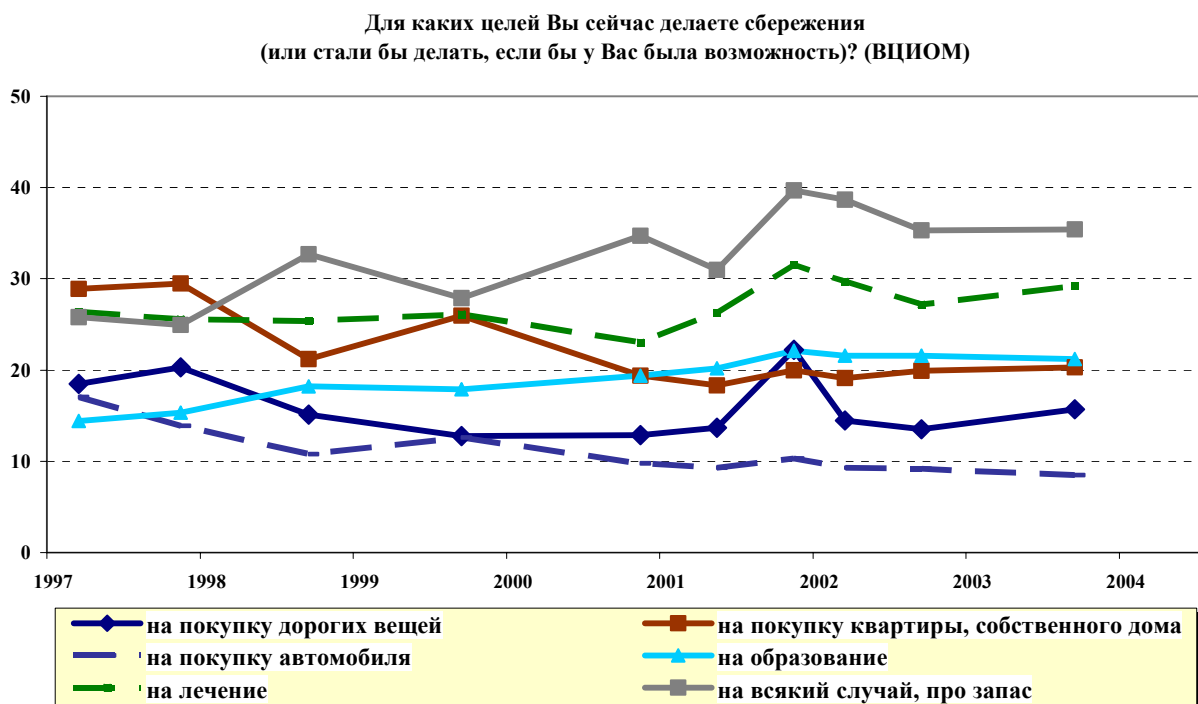
Как видно из данных, представленных на рисунке 6.1-6, произошедший в 2000 году определенный качественный перелом ситуации в предпочтительности тех или иных форм вложения денежных средств, к настоящему моменту, несмотря на некоторые колебания, имеет устойчиво сохраняющуюся тенденцию. Так, по-прежнему, снижается популярность такой формы хранения денежных средств как наличная валюта. Одновременно растет число людей, отдающих предпочтение наличным рублям. Это связано, по-видимому, с тем, что валютный курс рубля оставался в течение рассматриваемого периода достаточно стабильным. Также растет число людей, готовых положить деньги на депозитный вклад в Сбербанке. Значимость же таких сберегательных инструментов как акции и другие ценные бумаги, а также вклады в коммерческие банки не претерпела существенных изменений и остается на достаточно низком уровне (см. рисунок 6.1-6).

Рисунок 6.1-6



Что же касается целей, мотивов осуществления сбережений, то и здесь за рассматриваемый период (2000-2004 гг.) не произошло каких-либо значимых отклонений: лидирующие позиции занимает "страховое" сбережение («на всякий случай, про запас» и на лечение). Далее следуют сбережения на образование, на покупку квартиры, на приобретение дорогих вещей. Обращает на себя внимание существенные колебания «потребительского» мотива сбережений (покупка дорогих вещей). Всплеск значимости таких сбережений приходится на период 2001-2002 гг. В этот же период увеличивается и значимость "страховых" сбережений («на всякий случай, про запас», а также на лечение) (см. рисунок 6.1-7).

Рисунок 6.1-7



В то же время, несмотря на сравнительно благоприятную экономическую ситуацию, можно предположить, что и в ближайшее время «страховые» мотивы сбережений будут занимать лидирующие позиции. Во многом это связано и с возрастающей важностью такой его формы как **пенсионные накопления**.

В той или иной степени вопрос о пенсиях волнует большинство россиян. Так, в ходе опроса ВЦИОМ (проведенного 15-16 ноября 2003 г.) на вопрос «Знаете ли Вы в чем заключается пенсионная реформа?» только 5% опрошенных заявили, что им это безразлично. Тем не менее, о сути проводимой в последнее время пенсионной реформы знают достаточно хорошо лишь 12% респондентов. Ничего об этом не знают 19%. Подавляющее же большинство россиян (62%) знают об этом в самых общих чертах.

Таблица 6.1-8. «Знаете ли Вы в чем заключается пенсионная реформа?», в % от опрошенных (ВЦИОМ, апрель 2004 г.)

Знаю хорошо	12
Знаю в общих чертах	33
Представляю себе очень смутно	29
Ничего не знаю	19
Мне это безразлично	5
Затрудняюсь ответить	1

На выбор определенной стратегии финансового поведения в отношении пенсионных накоплений немаловажное значение оказывает и отношение населения к проводимой реформе. При этом большинство опрошенных (58%) убеждены в том, что пенсионная реформа никак не повлияет на жизнь простых людей. Только 13% опрошенных считают, что проводимая пенсионная реформа сможет улучшить жизнь

таких людей как они. Еще 12% придерживается прямо противоположной точки зрения – пенсионная реформа только ухудшит жизнь простых людей.

Обращает на себя внимание то, что некоторые надежды на проводимую пенсионную реформу демонстрируют респонденты в возрасте 35-44 лет, среди которых несколько выше доля тех (19%), кто считает, что пенсионная реформа сможет улучшить их жизнь.

Таблица 6.1-9. «Повлияет ли пенсионная реформа на жизнь таких людей, как Вы?», в % от опрошенных (ВЦИОМ, апрель 2004 г.)

	Среди всех опрошенных	Среди респондентов разных возрастных групп				
		18-24	25-34	35-44	45-59	От 60
Улучшит жизнь таких людей, как я	13	15	14	19	13	8
Ухудшит жизнь таких людей, как я	12	7	11	11	17	12
Никак не скажется на жизни таких людей, как я	58	52	55	55	57	61
Затрудняюсь ответить	17	26	20	14	13	19

Достаточно скептическое отношение большинства россиян к проводимой пенсионной реформе обуславливает и некоторую неопределенность в выборе той или иной финансовой стратегии, для того чтобы материально обеспечить свое будущее после ухода на пенсию. Почти треть россиян (31%) об этом либо не задумываются, либо полагаются на случай. Ничего предпринимать не будут 22% респондентов, причем, это в основном представители старших возрастных групп.

Таблица 6.1-10. «Что Вы собираетесь предпринять для того, чтобы обеспечить свое будущее после ухода на пенсию?», в % от опрошенных (ВЦИОМ, апрель 2004 г.)

	Среди всех опрошенных	Среди респондентов разных возрастных групп				
		18-24	25-34	35-44	45-59	От 60
Буду ориентироваться на работу, где отчисления в Пенсионный фонд идут от всей зарплаты	14	14	14	27	17	3
Буду стараться сам откладывать себе на старость	21	16	28	28	23	10
Мне рано об этом думать, определюсь позднее	14	40	24	11	5	2
Я живу сегодняшним днем, о пенсии не думаю, тем более, что в России трудно загадывать на будущее	17	19	22	24	17	9
Ничего предпринимать не буду	22	4	6	4	26	52
Затрудняюсь ответить	12	7	5	6	12	24

Среди тех, кто смог решить для себя этот принципиальный вопрос, 21% опрошенных отметили, что самостоятельно будут откладывать себе на старость, не возлагая никаких надежд на «официальную» пенсию. Обращает на себя внимание и достаточно высокая доля тех, кто готов воспользоваться предложенным финансовым инструментом – 14% опрошенных готовы разместить свои средства в Пенсионных фондах.

7. ОСОБЕННОСТИ ЗАЕМНОГО (КРЕДИТНОГО) ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

7.1. ДИНАМИКА ЗАЕМНОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

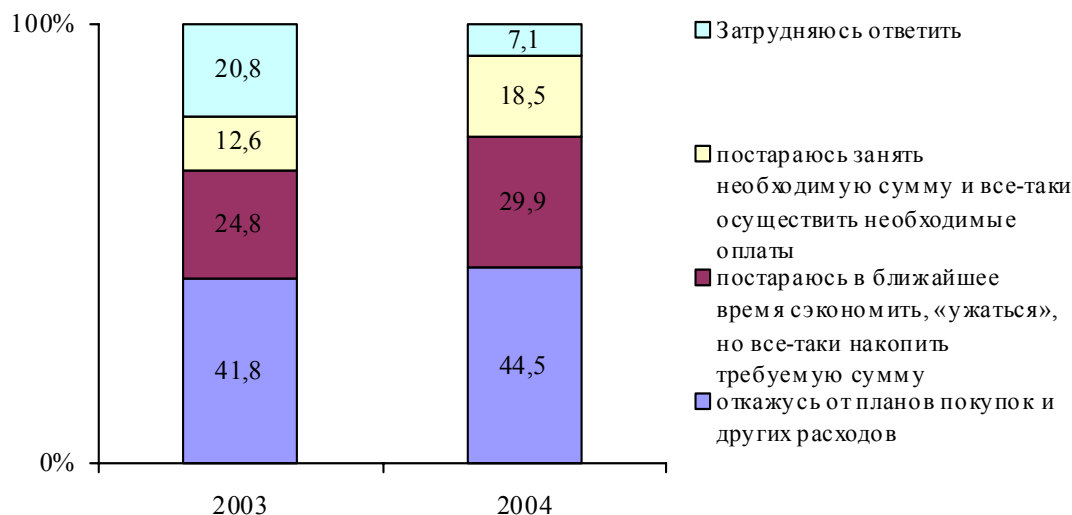
Данные опросов показывают, что за последний год произошел рост *позитивного отношения и склонности россиян к кредитованию (займам)*, сопровождавшийся активизацией реальных кредитных практик. К настоящему времени готовность к кредитованию в тех или иных (плановых или критических) ситуациях высказывает примерно каждый третий россиянин (31%).

Мотивация заемного поведения усилилась практически по всем позициям, особенно в ситуациях критического характера (непредвиденные события, особые случаи, лечение). Усиление потребительских мотивов идет меньшими темпами.

В выборе субъекта предоставления займов снизились ориентации на ближний круг (родственники, друзья) и повысились – на кредитование в учреждениях банковской сферы, в первую очередь в Сбербанке. Наибольшее предпочтение россияне отдают кредитам с оплатой до 10% годовых, на сумму до 10000 рублей. Снижается интерес к краткосрочным кредитам и растет – к среднесрочным и долгосрочным займам.

Результаты опросов 2003 и 2004 гг. показали, что к заимствованию средств для плановых расходов склонны пока около 1/5 россиян, однако наблюдается тенденция роста этой группы (рис. 7.1-1.). Если в 2003 г. доля тех, кто постарался бы занять необходимую сумму и все-таки осуществить свои планы, составляла всего 12,6%, то сейчас – уже 18,5%. Резерв роста этой группы составляют те люди, которые при нехватке средств на запланированные расходы не отказываются от своих планов, а предпочитают решить вопрос за счет экономии, «ужимания» других статей расходов. Их доля составляет 24,8%.

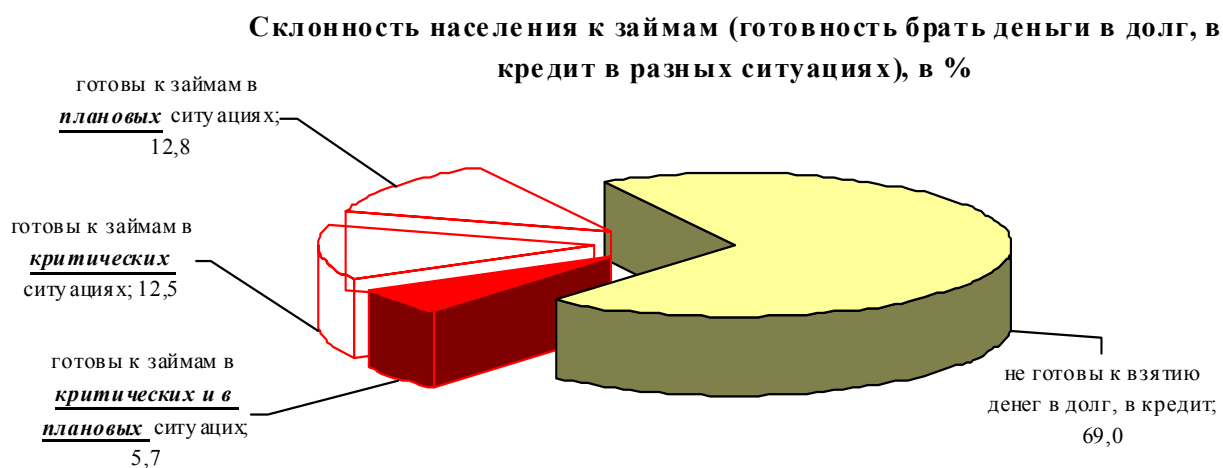
Рисунок 7.1-1. Допустим, Вы предполагали в течение ближайших 3-4 месяцев осуществить серьезные денежные траты – сделать крупные покупки, заплатить за учебу, потратиться на отпуск, лечение, отдать долг и тому подобное, но выяснили, что Ваших текущих сбережений на это не хватает. Как Вы, скорее всего, поступите в таком случае? (ВЦИОМ-ЦИРКОН)



Помимо плановых расходов необходимость крупных трат может возникать в различных форс-мажорных обстоятельствах, когда потребность в средствах складывается неожиданно и носит срочный характер. Выяснилось, что доля тех, кто готов прибегнуть к займам в критических ситуациях (утрата имущества при пожаре, ограблении, временная нетрудоспособность основного кормильца и т.д.), составляет около 1/5 населения – 18%.

Какова же общая картина *склонности к заимствованию денежных средств*, учитывая плановые и критические ситуации? Расчеты показывают, что *в целом*, в той или иной ситуации, к кредитам готовы прибегнуть 31% россиян. Из них 5,7% обладают высокой склонностью к заимствованиям (готовы брать в долг как в критических, так и в плановых ситуациях), 12,5% прибегнут к займам лишь в случае какого-либо форс-мажора и 12,8% включают кредитование в стратегии обеспечения плановых трат (рис. 7.1-2.).

Рисунок 7.1-2. Склонность населения к заимствованиям (ВЦИОМ-ЦИРКОН, 2004 г.)



Одним из основных показателей реальных кредитных практик населения является **интенсивность заимствований**. Опросы показывают рост числа россиян, регулярно использующих на практике заемные средства - с 11,8% в 2003 г. до 14,8% в 2004 г., из них 3,5% берут деньги в долг *постоянно*, а 11,3% - *довольно часто*. Подавляющее большинство (более 80%) все-таки пытаются обходиться собственными финансовыми ресурсами, не прибегая к заимствованиям. Однако постепенно ряды людей, избегающих долгов и кредитов, теряют в численности – если в 2003 г. их было 88,2%, то сейчас – 83,5%.

За прошедший год существенно усилилась **мотивация кредитования**. Структура и значимость основных мотивов кредитования определялись на основании ответов респондентов на вопрос: «*В каких случаях Вы считаете для себя возможным и целесообразным занимать деньги в долг, брать в кредит?*». Как показали опросы, наибольший рост заинтересованности в кредитах произошел в связи с возможным *приобретением участка земли, дачи, приобретением дома, квартиры, дорогого автомобиля, непредвиденными случаями (пожар, ограбление) и особыми событиями в личной и семейной жизни*. Ощутимо чаще, чем в прошлом году, мотивами кредитования выступали *необходимость вернуть ранее взятые долги, обеспечение хорошего отдыха, инвестиции в собственное дело, затраты на образование детей и на лечение (свое и своих близких)*. Вместе с тем за последний год несколько ослабла мотивирующая роль приобретения вещей для дома и необходимость трат на переквалификацию и приобретение новой специальности (рис. 7.1-3.²²).

В целом же в структуре мотивов кредитования лидирующие позиции занимают ситуации критического характера (непредвиденные события и особые случаи в личной жизни, и лечение свое и своих близких), а потребительские мотивы составляют второй ее «эшелон».

²² Безусловно, определенный вклад в увеличение доли респондентов, выбирающих тот или иной мотив кредитования, следует отнести на разницу в наборе предлагаемых в вопросе ответов (см. Примечание к рис. 7.1-3.)

Рисунок 7.1-3. «Кредитные» случаи населения (ВЦИОМ-ЦИРКОН)

В каких случаях Вы считаете для себя возможным и целесообразным занимать деньги в долг, брать кредит? (в %)



Примечание: в 2003 г. в меню ответов на вопрос были включены две позиции, не вошедшие в вопрос 2004 г.: «чтобы дотянуть до следующего получения денег («до получки»)» и «при необходимости больших затрат, связанных с семейными торжествами». Тогда их выбрали соответственно 53,2% и 5,6% респондентов.

2003-2004 гг. характеризовались существенными изменениями в отношении населения к субъектам предоставления заемных средств. В динамике предпочтений респондентов наиболее ярко проявились две тенденции: 1) снижение ориентаций на неформальные источники кредитов в лице родственников и друзей, 2) рост установок на кредитование в учреждениях банковской сферы, в первую очередь в Сбербанке.

Доля тех, кто обратился бы за деньгами к родственникам или очень хорошим друзьям, снизилась с 83,1 до 66,8% (табл. 7.1-4.). Другой неформальный источник кредитования - «люди, обладающие деньгами» - имеет незначительный прирост популярности (с 5 до 7,1%). В целом доля доверяющих свои кредитные ожидания неформальным источникам снизилась за последний год с 88,1 до 73,9%.

Напротив, резко возросли кредитные ожидания в отношении Сбербанка (доля готовых обратиться в него за кредитом выросла с 5,1 до 17%). Усилились и ожидания, адресованные частным банкам, к их помощи сегодня готовы прибегнуть 3,8% (при 0,7% в прошлом году). В целом доля россиян, намеренных при необходимости воспользоваться кредитными услугами банков, возросла с 5,8 до 20,8%.

Таблица 7.1-4. Если Вы решите взять (занять) деньги в долг (взять ссуду, кредит), то к кому Вы, скорее всего, обратитесь за кредитом? (ВЦИОМ-ЦИРКОН)

	2003	2004	2003	2004
к близким родственникам или очень хорошим друзьям	56,3	60,9	83,1	66,8
к руководству предприятия, на котором работаю, в кассу взаимопомощи	4,1	4,9	6,0	5,3
к людям, которые обладают деньгами	3,4	6,4	5,0	7,1
в частный банк	3,5	3,5	0,7	3,8
в Сбербанк	0,5	15,5	5,1	17,0
Не буду занимать денег, брать кредит в любом случае	28,2			
Затрудняюсь ответить	4,0	8,9		
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Примечание: в 2003 г. в меню ответов на вопрос была включена позиция «не буду занимать денег, брать кредит в любом случае», которая не вошла в вопрос 2004 г. В колонках с цветным фоном представлены ответы всех отвечавших на вопрос, в стандартных колонках – выбравших конкретного субъекта предоставления займа (т.е. из расчета исключены затруднившиеся с ответом и выбравшие в 2003 г. позицию «не буду занимать денег»).

Рост интереса и готовности населения к кредитованию выразился и в более смелых, нежели год назад, предпочтениях в отношении условий кредитования: поднялась средняя процентная ставка, сумма и сроки возможных кредитов (табл. 7.1-5.).

За последний год снизилась доля тех, кто не хочет брать деньги под проценты и допускает для себя лишь беспроцентный займы (с 64,2 до 56,7%). Освобождаемое таким образом поле занимают наиболее популярные кредиты с оплатой до 10% в год – на сегодняшний день их предпочитают 27,2% (при 16,4% в прошлом году). Растет интерес и к более дорогим кредитам: на 10-30%-ное кредитование в марте 2004 г. пошли бы 5% (при 3,5% год назад).

Растет популярность крупных кредитов - доля тех, кто при ответе на вопрос «Какой максимальный объем денег Вы считаете возможным для себя взять в долг?» назвал сумму свыше 10000 рублей, выросла за прошедший год с 16,6 до 24,3%. Большой интерес, чем год назад, вызывают сегодня кредиты на сумму от 1001 до 10000 рублей (рост с 22,7 до 27,8%). При этом 7,1% назвали в качестве возможной и приемлемой для себя максимальной суммы кредита 100000 рублей и более. «Потолок» составила сумма в 5 млн. рублей. Малые кредиты до 1000 рублей включительно, напротив, стремительно теряют популярность (снижение с 20,4 до 7,7%). По-прежнему около 40% людей затрудняются с определением точной суммы предполагаемого займа.

Что касается сроков кредитов, то здесь ведущей тенденцией стало снижение интереса к краткосрочным кредитам и рост интереса к среднесрочным и долгосрочным займам. Если год назад наиболее популярными были кредиты до 3 месяцев (этот срок в качестве приемлемого для себя тогда называли 41,1%, сейчас – 21,3%), то в настоящее время лидерство занимают кредиты сроком от 3 месяцев до 1 года (рост с 21 до 33,3%). Наибольшие же темпы роста популярности характерны для кредитов сроком от 1 до 3 лет – предпочтение им отдавали 6,4% в 2003 г. и 15,9% в 2004 г.

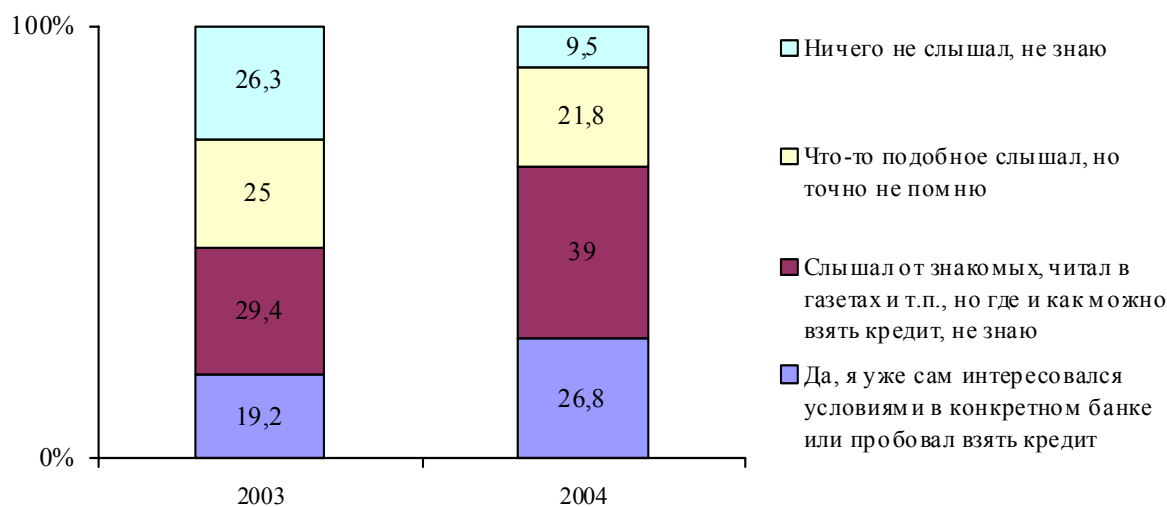
Таблица 7.1-5. Предпочтения в условиях кредитования, в % (ВЦИОМ-ЦИРКОН)

	2003	2004
Под какой годовой процент (начисленный на Ваш заем) Вы готовы взять деньги в долг в случае необходимости крупных расходов?		
Не буду брать деньги «под проценты», допускаю только беспроцентный кредит	64,2	56,7
до 10%	16,4	27,2
10-30%	3,5	5,0
Больше 30%	0,0	0,1
Затрудняюсь ответить	15,9	11,0
Какой максимальный объем денег (в рублях) вы считаете возможным для себя взять в долг под приемлемый процент, если появляется необходимость в тратах и возможность кредита?		
1000 рублей и менее	20,4	7,7
1001 – 10000	22,7	27,8
Свыше – 10000	16,6	24,3
Затруднились ответить	40,3	40,1
На какой срок Вы считаете возможным для себя брать деньги в долг под приемлемый процент или беспроцентно?		
До 3-х месяцев	41,1	21,3
От 3 месяцев до 1 года	21,0	33,3
От года до трех лет	6,4	15,9
Больше трех лет	6,3	7,9
Затрудняюсь ответить	25,2	21,7

Примечание: в 2003 г. на эти вопросы не отвечали респонденты, которые заявили о своем нежелании брать кредиты.

За последний год **существенно выросла информированность населения о возможностях кредитования**, предоставляемых российскими банками. Доля тех, кто сам интересовался условиями потребительских кредитов в конкретных банках, выросла с 19,2% до 26,8%, а тех, кто что-то слышал об этих кредитах от знакомых или читал в газетах - с 29,4% до 39% (рис. 7.1-6.). При этом почти втрое снизилась доля не информированных о кредитной практике россиян - если в 2003 г. о том, что ничего не знают и не слышали о банковских кредитах на покупку жилья, дачи, и т.п., заявили 26,3%, то в 2004 г. их осталось только 9,5%.

Рисунок 7.1-6. Знаете ли Вы, что в последнее время российские банки стали предоставлять гражданам кредиты на покупку жилья, дачи, автомобиля, приобретение бытовой техники и тому подобное? (ВЦИОМ-ЦИРКОН)



7.2. ОСОБЕННОСТИ ЗАЕМНОГО ПОВЕДЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУПП

Показатели заемной активности и "заемного сознания" молодежи и среднего поколения в целом близки. При этом молодежь отличается несколько более высокой общей склонностью к кредитованию, **большим** разнообразием "целевых" точек кредитования и информированностью о ситуации в сфере кредитования. Наблюдается заметное отставание показателей, фиксирующих заемное поведение пожилых людей.

Мужчины отличаются большей заемной активностью и потенциалом, чаще склонны занимать деньги для приобретения участка земли, дачи; для оплаты отпуска, путевок, путешествий; для инвестирования собственного дела. Женщины характеризуются осторожностью и меньшими кредитными запросами; чаще готовы занять деньги на образование детей и лечение.

Наиболее перспективными с точки зрения вовлечения в кредитную сферу могут быть **предприниматели**, характеризующиеся самой высокой склонностью к заемной активности; **квалифицированные рабочие и служащие** как наиболее массовые группы потенциальных заемщиков; **руководители и специалисты различного уровня**, чаще других выражающие готовность к платным, крупным, долгосрочным и дорогим кредитам.

Наибольшей склонностью к кредитованию отличаются люди, имеющие доходы на уровне 3-х прожиточных минимумов и выше. Они обладают богатой мотивацией заимствований, хорошо информированы о возможностях кредитования в банковской сфере, чаще других склонны к кредитованию в частных банках. С ростом доходов увеличиваются кредитные ожидания – размер и сроки возможных кредитов. Одновременно с доходами растет и готовность платить за кредиты.

Заемное поведение различных возрастных групп

Склонность к кредитованию свойственна **примерно в равной степени молодежи и людям средних возрастов до 45 лет** (в несколько большей степени среди

молодежи), но *наиболее склонны к пользованию заемными средствами 26-30-летние россияне*. 45 лет можно рассматривать в качестве возрастного порога, начиная с которого предрасположенность к кредитованию начинает снижаться, с некоторым повышением среди 56-60-летних.

Молодежь в большей степени готова прибегать к кредитам при планировании крупных трат (покупки, отпуск, оплата обучения), когда не хватает собственных средств. В группе до 30 лет к плановым кредитам готовы 20,1%, тогда как среди 31-50-летних только 13,1% (табл. 7.2-1.). *Представители средних возрастов чаще готовы брать деньги в долг критических ситуациях* (утрата имущества, болезнь или безработица основного кормильца в семье и т.д.) – 17% при 11,7% среди молодежи. Кроме того, среди молодежи больше тех, кто хотел бы пользоваться кредитами и планоно, и в случае форс-мажорных обстоятельств.

Таблица 7.2-1. Склонность к заимствованию денежных средств в различных жизненных ситуациях в зависимости от возраста, в % (ВЦИОМ-ЦИРКОН)

Склонность к кредитованию	18-30 лет	31-50 лет	51 год и старше
Будут брать кредиты, всего	41,0	36,9	19,3
В том числе:			
- в критической ситуации	11,7	17,0	9,0
- в плановой ситуации	20,1	13,1	7,7
- в критической и в плановой ситуации	9,2	6,7	2,6
Не будут брать кредиты	59,0	63,1	80,7

Возраст людей сказывается и на их *реальных кредитных практиках*, хотя и не так сильно, как на общей склонности к кредитованию. Регулярно («довольно часто», «постоянно») берут деньги в долг сегодня 17,9% молодежи до 30 лет, 14,7% - 31-50-летних и 12,8% - пожилых людей старше 51 лет. В большей степени возрастные различия проявляются в нерегулярных заимствованиях («нечасто, но бывает»). К ним прибегают более половины (по 53%) представителей молодежи и средних трудоспособных возрастов и только 39,9% пожилых. Напротив, старшее поколение чаще других избегает брать деньги в долг (45,2% при 30,8% среди 31-50-летних и 28,4% среди 18-30-летних).

Возрастная специфика *мотивации кредитования* (для чего считают возможным и целесообразным для себя брать деньги в долг) проявляется следующим образом:

- - «целевые» стимулы кредитования молодежи до 30 лет: *приобретение дома, квартиры, дорогого автомобиля; траты на отпуск, оплату путевок, путешествий; переквалификация и приобретение новой специальности;*
- - «целевой» стимул кредитования 31-50-летних - *образование и развитие детей;*
- - «целевой» стимул кредитования пожилых людей – *траты на лечение (свое и близких родственников);*
- - универсальная цель кредитования для представителей всех возрастных групп – *траты в непредвиденных случаях и особых событиях.*

Выбор субъекта предоставления кредита (к кому обратятся, если решат взять в долг) в связи с возрастными особенностями людей дифференцируется следующим образом:

- молодежь и представители средних возрастов чаще, чем пожилые, выбирают Сбербанк (17,2%; 17% и 13% соответственно), частный банк

(6%; 4,3% и 1,1%), кредитную помощь на предприятия, где работают (5,2%; 6,7% и 2,9%);

- 31-50-летние чаще, чем среди молодежи и пожилых, отмечают «людей, которые обладают деньгами» (8,5%; 5,5% и 5,1%).

В конкретных условиях кредитования, которые представляются респондентам наиболее предпочтительными для них лично, молодежь и люди среднего возраста чаще выбирают сравнительно рискованные варианты кредитования (с большим сроком, процентом, объемом займов), тогда как пожилые либо не желают брать деньги в долг либо выбирают варианты кредитования с минимальным риском (табл. 7.2-2.).

Таблица 7.2-2. Предпочтительные условия кредитования в зависимости от возраста, в %

	18-30 лет	31-50 лет	51 год и старше
Под какой годовой процент (начисленный на Ваш заем) Вы готовы взять деньги в долг в случае необходимости крупных расходов?			
Только беспроцентные займы	46,0	53,1	66,9
До 10%	37,6	31,3	16,7
10-30%	7,2	6,2	2,4
Больше 30%	0,2	0	0,2
Затруднились ответить	9,0	9,3	13,8
На какой срок Вы считаете возможным для себя брать деньги в долг под приемлемый процент или беспроцентно?			
До 3-х месяцев	19,9	19,6	23,8
От 3-х месяцев до 1 года	37,1	36,0	28,3
От года до 3-х лет	17,7	17,8	13,0
Больше 3-х лет	10,4	9,9	4,3
Затруднились ответить	14,9	16,8	30,5
Какой максимальный объем денег (в рублях) вы считаете возможным для себя взять в долг под приемлемый процент, если появляется необходимость в тратах и возможность кредита?			
1000 рублей и менее	7,0	6,4	9,5
1001-10000 рублей	27,4	26,0	29,7
От 10000 рублей	31,1	31,1	13,7
Затруднились ответить	34,6	36,5	47,1

Информированность о потребительских кредитах российских банков также дифференцирована в возрастных группах. *Молодые россияне* до 30 лет чаще других лично интересовались условиями подобных кредитов в конкретных банках (35,3% при 31,3% в группе средних возрастов и 17,2% среди пожилых). *Представители средних возрастов* чаще располагают информацией, полученной от знакомых, из газет (42,9% при 38,8% среди молодежи и 35,4% среди пожилых). Пожилые информированы о новых кредитных возможностях гораздо меньше.

Заемное поведение различных гендерных групп

Различия в отношении к кредитованию мужчин и женщин не носят кардинального характера, но имеют общий вектор, связанный с большой заемной

активностью и потенциалом мужчин и, напротив, осторожностью и меньшими кредитными запросами женщин, а также спецификой выбора «целевых» стимулов кредитования. Определим основные особенности заемного поведения граждан, связанные с их половой принадлежностью:

- - мужчины отличаются несколько большей склонностью к кредитованию (готовы брать кредиты 33,4% при 29,1% у женщин) и более плановым характером заимствований;
- - мужчины чаще женщин готовы платить за пользование заемными средствами (36,5 и 28,9% соответственно);
- - мужчины предпочитают брать в долг более крупные суммы денег (суммы от 10000 рублей и более называли в качестве приемлемых для себя 27% мужчин и 22,1% женщин);
- - при близком в целом отношении к возможным срокам займов мужчины чуть больше склонны к долговременному кредитованию;
- - мужчины чаще сами интересуются условиями и возможностями получения потребительских кредитов в банках (28,5 при 25,4% у женщин);
- - мужчины более склонны занимать деньги для приобретения участка земли, дачи (13,6 при 8,4% у женщин), для оплаты отпуска, путевок, путешествий (4,1 и 1,8%), для инвестирования собственного дела (6,0 и 2,9%); целевые стимулы заемной активности женщин другие – образование детей (15,5 при 10,2% у мужчин) и лечение свое и близких (34,8 при 28,6% у мужчин);
- на практике к частым, постоянным заимствованиям прибегают в первую очередь женщины (16,6 при 12,7% у мужчин).

Практически не наблюдается отличий в том, к кому обратились бы мужчины и женщины для того, чтобы взять деньги в долг, в кредит.

Заемное поведение различных образовательных групп

Образовательные различия в заемном поведении населения в основном связаны с большей заемной активностью и потенциалом людей со средним и высшим образованием и большей «продвинутостью» обладателей высшего образования. Отметим ряд наиболее значимых характеристик их заемного поведения:

- общая склонность к кредитованию выше в группах с высшим и, особенно, средним образованием (склонны брать кредиты 31 и 35%); при этом люди со средним образованием более активны и в плановых и в критических ситуациях;
- *низкий* уровень образования предопределяет ориентацию людей на заимствование в ближнем кругу (друзья, родственники); заемщики со *средним* образованием чаще других готовы обращаться за займами на предприятие, где работают, либо к «людям с деньгами»; *высшее* образование связано со сравнительно большим нежели в других группах уровнем доверия банковской системе, включая Сбербанк и частные банки;
- люди с *низким уровнем образования* ориентированы преимущественно на беспроцентные, краткосрочные (до 3 месяцев) займы, наиболее популярный размер займов 1001-10000 рублей;
- люди с *высшим образованием* чаще других готовы к платным, долгосрочным кредитам на большие суммы;

- информированность о кредитных услугах, предоставляемых российскими банками населению, существенно выше среди людей со средним и высшим образованием; обладатели высшего образования чаще других лично знакомятся с условиями кредитования в конкретных банках;
- у людей с *высшим образованием* шире палитра целевых ориентаций при взятии денег в долг, они отличаются большими запросами на образовательные кредиты для детей, приобретение дома, квартиры, покупки земельного участка, дачи, инвестирования в свое дело, оплаты отпуска и затрат на переквалификацию;
- отличительная «целевой стимул» людей со средним образованием – приобретение вещей для дома;
- отличительная «целевой стимул» людей с начальным образованием – займы в случае больших затрат на лечение свое и своих близких.

Заемное поведение различных социально-профессиональных групп

Наибольшей *склонностью к кредитованию* отличаются занятые частным предпринимательством, бизнесом (51,6% готовы в различных ситуациях брать кредиты); учащиеся, студенты (39,5%); служащие из числа технического и обслуживающего персонала предприятий, организаций (38,7%); занятые домашним хозяйством (38,2%). При высокой в целом предрасположенности к использованию кредитов, эти группы отличаются тем, в каких ситуациях их представители преимущественно готовы прибегать к займам:

- для *предпринимателей* характерна высокая склонность к кредитованию в любых ситуациях, как планового, так и кризисного характера;
- *студенты, учащиеся и военнослужащие* отличаются наибольшей склонностью к взятию денег в долг в случае плановых трат (на крупные покупки, оплату учебы, отпуска);
- *служащие*, а также *квалифицированные рабочие* чаще готовы прибегнуть к займам в критических, форс-мажорных ситуациях;
- *занятые домашним хозяйством* отличаются высокой долей тех, кто готов к кредитованию в любых (и плановых и критических) ситуациях.

Наиболее многочисленными группами потенциальных заемщиков являются квалифицированные рабочие (они составляют 23% от общего числа тех, кто имеет склонность к кредитованию), служащие (21%), пенсионеры (14%). Следующие по численности - руководители среднего звена и специалисты с высшим образованием (их в структуре потенциальных заемщиков около 9%) и предприниматели (7%).

Наиболее активны в *реальных практиках* заимствования денег безработные (32,1%), военнослужащие (22,2%), частные предприниматели (18,8%), которые берут в долг часто. Периодические займы («*нечасто, но бывает*») более распространены среди руководителей среднего звена и специалистов (60,3%), рабочих и служащих (около 56%). Высокой долей тех, кто никогда не занимает денег, отличаются пенсионеры (49,3%).

Среди особенностей *мотивации кредитования* представителей различных социально-профессиональных групп можно выделить:

- ориентации на получение кредитов для *покупки вещей* для дома среди служащих, квалифицированных рабочих, безработных;

- актуальность кредитования образовательных услуг детям для руководителей среднего уровня и специалистов, служащих, людей, занятых домашним хозяйством;
- ориентации частных предпринимателей, бизнесменов на кредитование возврата ранее взятых долгов и *вложений в собственное дело*;
- кредитные ожидания пенсионеров в связи с тратами на *лечение*;
- ярко выраженная цельность и плановость кредитных ожиданий военнослужащих, готовых брать кредиты при планировании покупки дома, квартиры.

Весьма дифференцировано отношение представителей различных социально-профессиональных групп к *субъектам предоставления денег* в долг. Наибольший процент сторонников «родственного кредитования» выявлен среди студентов (обратились бы за деньгами к родственникам и близким 70,4%) и пенсионеров (68,3%). К *сторонним заимствованиям* (вне семейных и дружеских сетей взаимопомощи) в большей степени склонны частные предприниматели (56,2%), а также люди, занимающие на предприятиях и в организациях руководящие посты и должности ведущих специалистов (62,8%). В *Сбербанк* готовы обратиться за кредитом в первую очередь военнослужащие (22,2%), руководители и специалисты различного уровня (по 21%), граждане, занятые домохозяйством (20%). В то же время наименьшее доверие Сбербанку фиксируется среди студентов и учащихся (9,9%), пенсионеров (11,1%), неквалифицированных работников (11,6%). *Частные банки* привлекают в основном предпринимателей (в них обратились бы 12,5% представителей этой группы), первых руководителей и главных специалистов предприятий (11,6%). К нулю доверие частным банкам стремится среди военнослужащих, рабочих, в первую очередь неквалифицированных, и пенсионеров.

Относительно «крупные» кредиты (от 10000 рублей и выше) чаще других предпочитают в основном предприниматели (48,4%), а также первые руководители и главные специалисты предприятий (46,5%). Также достаточно высока доля тех, кто хотел бы брать крупные кредиты, среди руководителей среднего звена и специалистов предприятий (35,7%), служащих (32%).

Больше всех к займам *под проценты* готовы предприниматели (50% из них готовы брать деньги под процент, отличный от 0), первые руководители и главные специалисты предприятий и организаций (55,8%), руководители среднего звена и специалисты (45,8), а также студенты (46,9%). В остальных группах предполагается либо беспроцентное заимствование денежных средств либо их представители затрудняются решить для себя вопрос о возможной плате за кредит (табл. 7.2.3.). Наиболее распространенный размер оплаты кредита (до 10% годовых) считают для себя приемлемым в основном первые руководители и главные специалисты предприятий (48,8%), предприниматели (43,8%) и студенты (44,4%).

Что же касается *срока кредитования*, то здесь главные «бегуны на длинные дистанции» - это первые руководители и главные специалисты предприятий и организаций, руководители среднего уровня и специалисты, а также граждане, занятые домохозяйством, чаще других предпочитающих кредитование сроком на 1-3 года и больше. Характерно, что наиболее активная группа потенциальных заемщиков – предприниматели – отличаются наибольшей, по сравнению с представителями других групп, склонностью к краткосрочному до 3 месяцев кредитованию (табл. 7.2-3.).

Таблица 7.2-3. Предпочитаемые условия и субъекты кредитования в различных социально-профессиональных группах, в %

	Занимаются частным предпринимательством, бизнесом	Руководители, зам.руководителей, главные специалисты предприятий, организаций	Руководители подразделений, специалисты	Служащие из числа технического и обслуживающего персонала	Квалифицированные рабочие	Неквалифицированные рабочие, младший обслуживающий персонал	Военнослужащие	Безработные	Студенты, учащиеся	Пенсионеры	Занятые домашним хозяйством
Под какой годовой процент (начисленный на Ваш заем) Вы готовы взять деньги в долг в случае необходимости крупных расходов?											
Только беспроцентно	39,1	37,2	43,7	53,8	55,2	63,2	61,1	59,5	43,2	71,4	54,5
До 10 %	43,8	48,8	36,5	32,0	28,9	25,3	33,3	22,6	44,4	10,3	30,9
10-30%	6,3	7,0	8,7	6,8	6,3	4,2	5,6	4,8	2,5	1,7	7,3
Больше 30%	0	0	0	0	0,3	0	0	0	0	0,2	0
Затруднились ответить	10,9	7,0	11,1	7,5	9,2	7,4	0	13,1	9,9	16,3	7,3
На какой срок Вы считаете возможным для себя брать деньги в долг под приемлемый процент или беспроцентно?											
До 3 месяцев	28,1	16,3	12,7	14,7	21,0	24,2	22,2	17,9	22,2	27,4	23,6
От 3 месяцев до 1 года	25,0	30,2	41,3	39,1	36,2	37,9	38,9	41,7	43,2	22,4	25,5
От 1 до 3 лет	18,8	18,6	22,2	18,8	18,1	15,8	5,6	11,9	11,1	11,5	23,6
Более 3 лет	10,9	14,0	10,3	10,2	10,5	5,3	5,6	9,5	3,7	3,6	7,3
Затруднились ответить	17,2	20,9	13,5	17,3	14,3	16,8	27,8	19,0	19,8	35,1	20,0
Какой максимальный объем денег (в рублях) вы считаете возможным для себя взять в долг под приемлемый процент, если появляется необходимость в тратах и возможность кредита?											
1000 рублей и менее	3,1	4,7	4,0	3,0	6,3	8,4	5,6	13,1	12,3	12,0	3,6
1001-10000 рублей	14,1	16,3	27,0	28,9	29,8	27,4	27,8	33,3	25,9	29,1	25,5
От 10000 рублей	48,4	46,5	35,7	32,0	27,6	27,4	33,3	17,9	19,8	8,2	32,7
Затруднились ответить	34,4	32,6	33,3	36,1	36,2	36,8	33,3	35,7	42,0	50,7	38,2

Суммируя основные характеристики заемного поведения представителей некоторых социально-профессиональных групп, перспективных с точки зрения их вовлечения в кредитную сферу, можно сказать следующее:

- **предприниматели** характеризуются *самой высокой склонностью к заемной активности*; возможные займы связаны преимущественно с основным занятием и предназначаются для возвращения ранее взятых долгов и инвестирования средств в собственное дело; предрасположены к поиску заемных средств по широкому кругу возможных их источников – от «людей с деньгами» до Сбербанка; чаще других выражают готовность к пользованию платными кредитами, преимущественно до 10% годовых, предпочитают крупные, но краткосрочные займы, отличаются высокой информированностью о кредитных услугах, предоставляемых российскими банками;

- **квалифицированные рабочие и служащие** (наиболее массовые группы потенциальных заемщиков, составляющие вместе около 44% от общего числа возможных заемщиков) – отличаются средней склонностью к кредитованию, преимущественно в критических ситуациях; чаще других готовы занимать деньги для

покупки вещей для дома; за займами обратились бы скорее всего к родственникам и знакомым, но готовы к кредитованию и в Сбербанке; примерно в равной степени (по 28-32%) предпочитают средние и крупные кредиты; информацию о возможностях кредитования в банках получают главным образом от знакомых, из газет; *основные трудности* - предпочитают беспроцентные займы либо низкие процентные ставки;

- **руководители и специалисты различного уровня** имеют среднюю склонность к заимствованиям, *чаще других выражают готовность к платным, крупным, долгосрочным и дорогим кредитам*; обладают сравнительно высоким уровнем доверия банковской системе и информированности о предоставляемых банками услугах по кредитованию населения;

- **граждане, занятые домашним хозяйством** – характеризуются высокой склонностью к заимствованиям в плановых и критических ситуациях; чаще других готовы брать займы на образование детей, обращаться за кредитами в Сбербанк и в частные банки; готовы к достаточно длительным вариантам кредитования – от 1 года до 3 лет.

Заемное поведение респондентов с различным доходом

Данные опросов свидетельствуют о том, что люди, чьи доходы превышают прожиточный минимум в 3 раза и более, обладают наибольшей *склонностью к кредитованию* – среди них более половины (51,8%) готовы брать займы в той или иной ситуации (табл. 7.2-4.).

Особенных различий в склонности к кредитованию тех, кто имеет доходы, равные 1-2 или 2-3 ПМ, нет – среди них доли склонных к кредитованию составляют соответственно 31,7 и 33,9%.

При этом существуют различия в ситуативном контексте, при котором люди с разными доходами готовы прибегать к заимствованиям. Те, кто имеют доходы средние и выше среднего, чаще будут делать это в критических ситуациях, а в высокодоходной группе доли готовых к кредитам в плановых и критических ситуациях одинаковы. Кроме того, 10,8% граждан с высокими доходами обладают максимальной склонностью к кредитованию – они готовы брать кредиты при любых обстоятельствах, и плановых и критических.

Таблица 7.2-4. Склонность к заимствованию денежных средств в различных жизненных ситуациях в зависимости от доходов, в % (ВЦИОМ-ЦИРКОН)

Склонность к кредитованию	Менее ПМ <i>бедные</i>	1-2 ПМ, <i>низко доходные</i>	2-3 ПМ, <i>средне доходные</i>	Более 3 ПМ, <i>высоко доходные</i>
Будут брать кредиты, всего	26,0	31,7	33,9	51,8
В том числе:				
- в критической ситуации	10,4	15,4	17,4	20,5
- в плановой ситуации	12,6	10,9	11,9	20,5
- в критической и в плановой ситуации	3,1	5,3	4,6	10,8
Не будут брать кредиты	74,0	68,3	66,1	48,2

Характерно, что на частоте реальных кредитных практиках влияние уровня текущих доходов сказывается не так однозначно и сильно. Отклонения в частых, периодических практиках заимствований или в отсутствии таковых не превышают 3%.

В мотивации возможного кредитования выделяется несколько моментов, связанных с установками людей, имеющих различные доходы. Самые **высокодоходные группы** (имеющие доходы выше 3 ПМ) отличаются в принципе более сильной и развитой структурой мотивов к кредитованию. Практически каждый третий из них (31,3%) считает возможным брать кредиты для покупки дома, квартиры (среди имеющих доходы от 1 до 2 ПМ – 16%, от 2 до 3 ПМ – 18,3%), каждый четвертый (24,1%) – для покупки участка земли, дачи (10,3 и 16,5%). Здесь самая большая доля тех, кто готов заимствовать средства для обеспечения образования, развития детей (19,3% при 15% в соседних доходных группах), а также для инвестирования в собственное дело (12% при 5-8% в соседних доходных группах). Кроме того, обладатели доходов, превышающих ПМ втрое и больше, - практически единственные возможные потребители кредитов для обеспечения хорошего отпуска, оплаты путевок (12% при менее 4% в других группах).

Мотивация кредитования представителей других доходных групп, включая низко доходные, гораздо более сходна. Но есть и ряд различий. Доли считающих возможным брать кредиты на приобретение участка земли или дачи, приобретение дома или квартиры, для инвестирования в свое дело в средне доходных группах (с доходами, составляющими 1-3 ПМ) существенно выше, чем в низко доходных (доходы ниже ПМ).

В выборе субъекта предоставления заемных средств (к кому пойдут за кредитом) выявилась высокая склонность представителей высокодоходной группы к кредитованию в частных банках – среди имеющих доходы, превышающие ПМ в 3 раза и более, в частные банки обратились бы 13,3%. В других группах этот показатель не достигает и 4%.

Платить за кредиты готовы большинство граждан с высокими доходами (54,3% имеющих доходы в 3 раза выше ПМ). При этом 15,7% готовы к 10-30%-ным ставкам, а 38,6% - к менее чем 10% годовых. Среди тех, чьи доходы находятся на уровне 2-3 ПМ, за кредиты готовы платить 43,1%, на уровне 1-2 ПМ – 36,2%, а ниже ПМ – 22,6% (табл. 7.2-5.). В выборе возможного срока кредитования представителями различных доходных групп обращает на себя внимание отношение к кредитам на срок от 1 года до 3 лет. Здесь различия позиций отдельных групп наиболее заметны – если среди высоко доходных групп этот срок предпочитают около трети (32,5%), то среди средне доходных 16-22%, а бедных слоев – 13,5%. Наибольшие различия среди всех условий кредитования характерны для размеров кредитов. Более половины самых обеспеченных россиян (51,8%) готовы брать кредиты на сумму от 10000 рублей. Люди со средними доходами также предпочитают крупные кредиты, но не так часто (38,5). Низкие же доходы предполагают невысокие суммы кредитования. В целом же с ростом доходов увеличивается возможная плата за кредит, срок и сумма кредитования.

Таблица 7.2-5. Предпочтительные условия кредитования в зависимости от доходов, в % (ВЦИОМ-ЦИРКОН)

	Менее ПМ бедные	1-2 ПМ, низко доходные	2-3 ПМ, средне доходные	Более 3 ПМ, высоко доходные
Под какой годовой процент (начисленный на Ваш заем) Вы готовы взять деньги в долг в случае необходимости крупных расходов?				
Только беспроцентные займы	65,6	55,4	50,5	39,8
До 10%	19,1	29,7	33,9	38,6
10-30%	3,3	6,3	9,2	15,7
Больше 30%	0,2	0,2	0	0
Затруднились ответить	11,8	8,3	6,4	6,0
На какой срок Вы считаете возможным для себя брать деньги в долг под приемлемый процент или беспроцентно?				
До 3-х месяцев	23,5	21,0	26,6	18,1
От 3-х месяцев до 1 года	30,8	37,4	33,9	30,1
От года до 3-х лет	13,5	16,0	22,0	32,5
Больше 3-х лет	7,7	7,5	8,3	10,8
Затруднились ответить	24,6	18,0	9,2	8,4
Какой максимальный объем денег (в рублях) вы считаете возможным для себя взять в долг под приемлемый процент, если появляется необходимость в тратах и возможность кредита?				
1000 рублей и менее	11,1	6,7	3,7	1,2
1001-10000 рублей	33,9	32,5	29,4	24,1
От 10000 рублей	16,8	27,9	38,5	51,8
Затруднились ответить	38,3	32,9	28,4	22,9

Почти половина представителей высокодоходных групп (48,2% имеющих доходы выше ПМ в 3 раза и более) сами уже интересовались условиями предоставления потребительских кредитов в банках. Еще 38,6% из них слышали о них от знакомых, читали в газетах. Уровень информированности о возможностях кредитования в банках людей со средними и невысокими доходами несколько ниже – сами интересовались условиями 33% респондентов с доходами равными 2-3 ПМ и 31,5% с доходами в 1-2 ПМ, слышали или читали о них соответственно 42,2% и 37,2%.