

DOI 10.26794/2587-5671-2017-21-6-138-153
 УДК 336.7;332.1
 JEL F65, R11

Кредитные стратегии россиян как отражение модели финансового поведения

А.В. Ярашева,

Финансовый университет, Москва, Россия
<http://orcid.org/0000-0002-6041-7700>

С.В. Макар,

Финансовый университет, Москва, Россия
<http://orcid.org/0000-0002-1681-8814>

С.Б. Решетников,

Финансовый университет, Москва, Россия
<http://orcid.org/0000-0001-6664-646X>

АННОТАЦИЯ

Предмет. Статья посвящена анализу финансового поведения россиян и формированию стратегий кредитного поведения населения России.

Цели. Выявить факторы, влияющие на формирование финансового поведения населения России. Определить роль кредитных услуг в развитии нашей страны и ее регионов. Уточнить фазу современного состояния сектора потребительского кредитования. Оценить текущую ситуацию на рынке кредитования физических лиц с учетом особенностей их стратегий. Обобщить опыт рынка банковского кредитования на примере использования продукта банковской карты. Представить типологию видов кредитного поведения населения. Определить недостатки современной кредитно-финансовой практики на основе моделей кредитного поведения россиян.

Методология. Контент-анализ, социологические методы (глубинные структурированные интервью), методы экспертной оценки, классификации и типологии.

Результаты. Выделены важнейшие аспекты, взаимосвязи и тенденции финансового поведения россиян. Данные позиции рассматриваются в качестве факторов формирования и изучения модели финансового поведения. С учетом функций кредита отражены особенности и виды кредитных инструментов, выявлена роль кредитных услуг в развитии территорий (страны и регионов). Проведено исследование сектора потребительского кредитования. Определена фаза его современного состояния, составлена оценка текущей ситуации на рынке кредитования физических лиц с учетом их принадлежности к определенным социально-доходным группам. В рамках исследования проведена классификация потребителей кредитных услуг и представлена типология видов кредитного поведения населения. Обоснованы факторы выбора модели кредитного поведения и определены «пробелы» современной кредитно-финансовой практики. Обобщен опыт рынка банковского кредитования на примере использования самого распространенного продукта – кредитной карты.

Выводы. Авторами предложены пути предотвращения возможных негативных процессов на кредитном рынке России: программы финансового просвещения, совершенствование законодательной базы, защита прав заемщиков, повышение доверия населения к финансовой (в частности, к банковской) системе, рост уровня жизни, государственная политика, направленная на стабильное социально-экономическое развитие страны.

Ключевые слова: национальная экономика; региональная экономика; финансы; кредитное поведение; кредитная модальность; детерминанты кредитного поведения; матрица кредитного поведения; кредитная культура.

Для цитирования: Ярашева А.В., Макар С.В., Решетников С.Б. Кредитные стратегии россиян как отражение модели финансового поведения // Финансы: теория и практика. 2017. Т. 21. № 6. С. 138–153.

The Credit Strategies of the Russians as the Reflection of the Model of Financial Behaviour

A.V. Yarasheva,

Financial University, Moscow, Russia
<http://orcid.org/0000-0002-6041-7700>

S.V. Makar,

Financial University, Moscow, Russia
<http://orcid.org/0000-0002-1681-8814>

S.B. Reshetnikov,

Financial University, Moscow, Russia
<http://orcid.org/0000-0001-6664-646X>

ABSTRACT

Topic. The article is devoted to the analysis of financial behaviour the Russians and the formation of strategies of credit behaviour of the Russian population.

Purpose. Our purpose was: identification of the factors influencing the formation of financial behaviour of the population of Russia, determination of the role of credit services in the development of our country and its regions; clarification of the phase of the current state of consumer crediting; assessment of the current situation in the market of crediting of private individuals taking into account peculiarities of their strategies; generalization of the experience of the lending market by using a credit card; presentation of a typology of population's credit behavior; determination of the shortcomings of modern monetary and credit practices on the basis of credit behaviour of Russians.

Methodology. We use following methods: content-analysis, sociological methods (in-depth structured interviews), methods of expert evaluation, classification, and taxonomy.

Results. The authors highlighted the most important aspects, the relationships, and trends of financial behavior of the Russians. Compiled data are considered as factors of formation and study of models of financial behavior. Taking into account the functions of the loan, we describe the characteristics and types of credit instruments, the role of credit services in the development of territories (whole country and regions). The authors study of consumer lending and determine the phase of its modern state. We assess the current situation in the market of consumers' crediting taking into account their specific socio-income groups. Next, we classify the consumer credit services and present a typology of consumers' credit behavior. We ground the factors of choice of models of borrowers' behavior and identify the 'gaps' of modern financial and credit practices and generalize the experience of bank's lending on the example the most common product—credit card.

Conclusions. The authors propose ways to prevent possible negative processes in the credit market of Russia: financial education programs; improvement of the legislative base aimed at protection of the borrowers' rights; an increase of consumers' confidence in the financial (particularly the banking) system; the growth of living standards; state policy aimed at the sustainable socio-economic development of the country.

Keywords: national economy; regional economy; finance; credit behavior; credit modality, determinants of credit behavior; matrix of credit behavior; credit culture.

Citation: Yarasheva A.V., Makar S.V., Reshetnikov S.B. The credit strategies of the Russians as the reflection of the model of financial behaviour. *Finansy: teoriya i praktika = Finance: Theory and Practice*, 2017, vol. 21, no. 6, pp. 138–153. (In Russ.).

ВВЕДЕНИЕ

Трансформация кредитного поведения россиян, традиционно рассматриваемая в качестве важнейшей компоненты финансового поведения, связана с институциональными изменениями в кредитно-финансовой сфере, определенными изменениями в сознании массового потребителя, с использованием различных финансовых стратегий, предложением большого разнообразия финансовых продуктов, изменением уровня и качества жизни населения.

Кредитное поведение населения связано с распоряжением имеющимися сбережениями и свободными денежными средствами в целях расширенного потребления разнообразных благ. В настоящее время происходит активное развитие рынка кредитных услуг, что порождает формирование новой финансовой культуры, культуры потребления [1]. Отечественные исследования, посвященные изучению кредитного поведения населения, опираются на актуальные зарубежные работы [2–6], приобретающие значимость с учетом требований времени и национальных особенностей. Резкий рост количества кредитных продуктов и услуг на отечественном рынке, изменение моделей финансового поведения людей порождает большие социальные проблемы. Эти тенденции открывают новые аспекты изучения финансового поведения населения в нашей стране.

ФАКТОРЫ И МОДЕЛИ КРЕДИТНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Кредитные инструменты, наряду со сберегательными, расширяют платежеспособный спрос, увеличивая потребление товаров и услуг, способствуя тем самым развитию производств [7]. Кроме того, эти инструменты являются одним из способов трансформации денежных средств населения в инвестиции, которые обеспечивают экономическое развитие территорий. Однако эти изменения таят в себе некоторые опасности. Во всем мире, и особенно в высокоразвитых странах, наблюдается переход от кредита как средства осуществления покупки к кредиту как средству формирования особого стиля жизни [8]. Теперь в кредит все чаще приобретаются вещи, потребность в которых продиктована социальным окружением, новым потребительским сознанием, а не реальной необходимостью и возможностями домохозяйства [9]. Подчас этот кредит становится тяжелым бременем для людей, не рассчитавших свои силы и материальные возможности. Поэтому в целях контроля

и своевременного реагирования на возникающие проблемы значимой и актуальной становится оценка текущей ситуации на рынке кредитования физических лиц с учетом социально-экономических особенностей их кредитных стратегий.

В отличие от сберегательного, кредитное поведение — как совокупность действий индивида или домохозяйства по распоряжению находящимися за рамками текущего потребления заимствованными денежными средствами в целях обеспечения расширенного потребления — в настоящий период времени более целенаправленно, осознанно и стратегически ориентировано. Выбор той или иной модели кредитного поведения определяется как экономическими и социально-демографическими (доход, богатство и имущество, образ жизни, пол, возраст, семейное положение, образование, род занятий), так и психологическими (мотивации, ожидания относительно собственного будущего и будущего страны, предпочтения, интересы, предшествующий опыт поведения и образ жизни родителей, финансовая дисциплина и т.д.) детерминантами.

Однако в целом в кредитно-финансовой практике не учитываются и игнорируются такие значимые внеэкономические, институциональные факторы кредитного поведения, как социализация индивида, его социальное окружение и социальные сети.

К числу объяснительных концепций кредитного поведения индивидов в рамках социальной психологии авторы относят исследование, проведенное С. Ли, П. Уэбли и К. Уолкером еще в 1995 г., где было выделено восемь основных факторов, детерминирующих кредитное поведение домашних хозяйств [10]:

1. *Социальное одобрение долгов*: поскольку в современном мире наблюдается смещение общественного мнения от осуждения долгов к поддержке кредитов, то в настоящее время к заимствованиям в форме банковских кредитов относятся достаточно терпимо и даже поощряют их.

2. *Экономическая социализация*: семьи, в которых к любым формам заимствования относятся терпимо, будут воспроизводить данную модель кредитного поведения в следующих поколениях.

3. *Социальное сравнение*: если люди ориентируются на более доходные стратификационные группы и стараются жить по принципу «не хуже других», то им гораздо проще взять кредит.

4. *Управление денежными средствами (личными финансами)*: финансовые проблемы могут возник-

Матрица кредитного поведения индивидов / Matrix of credit behavior of individuals

Установки по отношению к кредиту / credit features			
КРЕДИТНЫЙ ОПЫТ / CREDIT EXPERIENCE	ПОЗИТИВНЫЕ / POSITIVE	НЕГАТИВНЫЕ / NEGATIVE	НЕЙТРАЛЬНЫЕ / NEUTRAL
НАЛИЧИЕ / AVAILABILITY	Уверенные заемщики / Sure borrowers	Вынужденные заемщики / Compelled Borrowers	Равнодушные заемщики / Indifferent borrowers
ОТСУТСТВИЕ / ABSENCE	Потенциальные заемщики / Potential Borrowers	Антизаемщики / Anti-borrowers	Маловероятные заемщики / Improbable Borrowers

Источник / Source: [10, с. 26].

нуть вследствие неспособности индивида управлять доходами и расходами, в целом осуществлять персональное финансовое планирование.

5. *Потребительское поведение*: слишком высокие потребительские запросы (например, в предметах роскоши), товарах длительного пользования приводят к возникновению долгов.

6. *Временной горизонт*: чем менее реалистичным он представляется индивиду, тем проще прибегнуть к любым формам заимствований, в том числе к получению кредита.

7. *Отношение к долгу (кредитные установки)*: если индивид не испытывает чувства беспокойства или сожаления, когда ему приходится прибегать к заимствованиям, то скорее его кредитное поведение будет выраженным.

8. *Фатализм*: чем больше у человека проявляется внешний локус контроля, тем выше вероятность, что он станет уверенным заемщиком.

Кредитное поведение индивидов и домашних хозяйств следует рассматривать как социальное, что позволит типологизировать поведение населения (заемщиков) на рынке кредитов по двум критериям:

- 1) установки по отношению к кредитам (предрасположенность индивида к заимствованиям);
- 2) наличие или отсутствие кредитного опыта.

В целом идею выявления специфических состояний индивида, предшествующих его реальному поведению, развивают многие исследователи, как в социологии, так и в социальной психологии.

Под социальной установкой следует понимать любое личное убеждение, намерение и ценности индивида, приобретенные им в процессе социализации. По мнению авторов, социальные установки индивидов по кредитной модальности могут

быть позитивными (положительное отношение субъекта к получению кредита и практике кредитования в целом), негативными (отрицание кредита и нежелание им пользоваться), нейтральными (индифферентное отношение к практике заимствования и не проявление интереса к ней) и амбивалентными (наличие противоречивых чувств, одновременно испытываемых человеком по отношению к кредиту).

В целях контроля и своевременного реагирования на возникающие проблемы значимой и актуальной становится оценка текущей ситуации на рынке кредитования физических лиц с учетом социально-экономических особенностей их кредитных стратегий.

Наряду с кредитными установками для построения типологизации кредитного поведения используется второй критерий — кредитный опыт индивида, который рассматривается с точки зрения наличия или отсутствия у индивида практики получения кредита. В соответствии с выделенными критериями, в зависимости от их сочетания, представлена матрица кредитного поведения [10].

Анализ исследований кредитного поведения показывает, что, несмотря на ряд преимуществ, которые открывает перед гражданами возмож-

ность получения денежных средств в кредит, подавляющее большинство населения не собирается в ближайшие несколько лет пользоваться этими возможностями. Можно выделить четыре основные группы причин, по которым граждане не решаются или не стремятся участвовать в кредитной деятельности [11].

1. Отсутствие мотивации: отсутствие необходимости в кредите, принципиальное нежелание брать деньги в долг, возможность занять средства у кого-то из родственников или знакомых.

2. Нежелание сотрудничать с финансовыми организациями: негативный опыт получения денег в долг или кредит, недоверие финансовым организациям.

3. Отсутствие формальной возможности (жесткость условий получения кредита): отсутствие поручителей или возможности внесения залога, низкий размер официальной заработной платы, долгая процедура получения кредита. Эти факторы во многом являются взаимоисключающими по отношению друг к другу. Они образуют своеобразный треугольник, в центре которого находится самая распространенная группа причин, значимая для самых разных категорий граждан.

4. Отсутствие реальной возможности: низкий уровень дохода, высокие проценты, опасения, что не смогут вернуть кредит вовремя, и недостаток информации.

Отношение к долгу у большинства граждан весьма неоднозначное. Оно может изменяться в зависимости от того, в качестве кого они себя рассматривают — должника или кредитора, а также того, кто выступает контрагентом таких отношений, — другой индивид или же организация, государство.

В настоящее время, когда кредитные отношения между банками и клиентами находятся на этапе «роста, но еще не зрелости», всех потребителей кредитных услуг выделяют в три группы.

1. Потребители агрессивного поведения — это люди, которые пользуются кредитами регулярно, хорошо ориентируются в кредитных программах, имеют адекватную оценку своих финансовых возможностей, весьма дисциплинированные заемщики, сознающие ответственность за деньги, взятые в кредит. Чаще всего люди не способны накопить сколько-нибудь значимую сумму для приобретения желанного предмета. Все деньги «проедаются», «как не прячь от себя накопления — дальше сберкнижки не спрячешь». Поэтому проще купить что-либо в кредит, а потом стать добросовестным плательщиком. Основные черты

агрессивного типа кредитного поведения — это правильное распределение своего дохода, своевременные выплаты, четкое осознание, что по кредитам придется платить проценты.

2. Потребители девиантного поведения — это кредитоманы, т.е. поведение с отклонениями. Доступность розничных кредитов и обилие товарных предложений зачастую приводят к тому, что граждане теряют чувство объективности по отношению к себе. Из-за неумной страсти к потреблению такой заемщик не может расплатиться со всеми своими кредиторами. Кредитоманы, глядя на роскошный образ жизни, например звезд или своих начальников, пытаются им соответствовать и покупают в кредит вещи, которые им не жизненно необходимы, а которые позволяют им соответствовать определенному социальному статусу. Основные черты такого поведения — сознательный или подсознательный уход от обязательств и невыплаты ежемесячных платежей и в целом кредитов. Для покрытия существующих кредитов они берут все новые и новые кредиты на все большие суммы. В большинстве случаев — это заканчивается печально, кредитоманы объявляют себя банкротами и несут уже наказание за свое поведение.

3. Потребители адаптивного поведения (консерваторы) — это люди, которые воспользуются кредитом неохотно, только в крайних случаях (когда, например, сломался холодильник, а на новый пока денег нет или необходимо срочно потратить денег на лечение). Поведение таких людей больше можно назвать сберегательным, т.е. для них идеально, когда покупки осуществляются на накопленные в течение определенного периода времени денежные средства. Основные черты адаптивного поведения — обязательно своевременные ежемесячные выплаты в срок, полное выполнение обязательств со своей стороны. Консерваторы, когда берут ссуду, то всегда внимательно изучают условия договора и прилагают все усилия для его досрочного погашения.

ОЦЕНКА ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ В РОССИИ

Отметим, что в течение последних пяти лет в России происходит становление новой кредитной культуры. Тем не менее сейчас эта услуга востребована меньше, особенно относительно времени кредитного бума (2000–2008 гг.), когда со стороны банков наблюдалась кредитная экспансия. На сегодняшний день, с учетом закрепитости населения, понижения номинальных

Таблица 2 / Table 2

**Распределение ответов на вопрос: «Есть ли у вас кредитная карта и пользуетесь ли вы ею?» /
Statistics of answers to a question “Do you have a credit card? Do you use it?”, % респондентов /
% of respondents**

Варианты ответов / Possible answers	1	2	3	4	5	6	7
Есть кредитная карта, и я ею пользуюсь / Have a credit card and I use it	15	26	16	15	12	16	11
Есть кредитная карта, но я ею не пользуюсь / Have a credit card but isn't used	7	10	5	12	8	8	5
Нет, но планирую оформить в ближайшие 12 месяцев / No, but I plan to make out it in the next 12 months	10	8	15	16	5	13	9
Нет, и не планирую оформлять ее в ближайшие 12 месяцев / I am not going to make out it in the next 12 months	67	54	65	55	74	62	75
Затрудняюсь ответить / I find it difficult to answer	1	3	0	2	1	0	0

1. Россия / Russia. 2. Москва и Санкт-Петербург / Moscow and St. Petersburg. 3. Города-миллионники / Million-plus cities. 4. Более 500 тыс. / More than 500 thousand. 5. 100–500 тыс. / 100–500 thousand. 6. Менее 100 тыс. / less 100 thousand. 7. Села / Villages. Инициативный всероссийский опрос НАФИ проведен в сентябре 2013 г. / Initiative All-Russian survey of NAFI is conducted in September, 2013. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России / 1600 people in 140 settlements in 42 regions of Russia are interviewed. Статистическая погрешность не превышает 3,4% / The statistical error doesn't exceed 3,4%. Источник / Source: Официальный сайт НАФИ / Official site of NAFI. URL: <https://naf1.ru> (дата обращения 05.07.2017).

Таблица 3 / Table 3

**Распределение ответов на вопрос: «С каким из мнений вы в большей степени согласны?» / Answers
to a question “What statement do you mostly agree?, % респондентов, имеющих кредитную карту /
% of the respondents with a credit card**

Мнения / Opinions	1	2	3	4	5	6	7
Оформил кредитную карту по собственной инициативе / I have made up a credit card by my own wish	59	84	67	53	52	49	57
Не планировал, но согласился после предложения банка / I didn't plan, but I have agreed later with offers bank offer	38	13	30	45	43	51	39
Затрудняюсь ответить / I find it difficult to answer	3	3	3	3	5	0	4

1. Россия / Russia. 2. Москва и Санкт-Петербург / Moscow and St. Petersburg. 3. Города-миллионники / Million-plus cities. 4. Более 500 тыс. / More than 500 thousand. 5. 100–500 тыс. / 100–500 thousand. 6. Менее 100 тыс. / less 100 thousand. 7. Села / Villages. Инициативный всероссийский опрос НАФИ проведен в сентябре 2013 г. / Initiative All-Russian survey of NAFI is conducted in September, 2013. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России / 1600 people in 140 settlements in 42 regions of Russia are interviewed. Статистическая погрешность не превышает 3,4% / The statistical error doesn't exceed 3,4%. Источник / Source: Официальный сайт НАФИ / Official site of NAFI. URL: <https://naf1.ru> (дата обращения 05.07.2017).

Распределение ответов на вопрос: «Почему вы решили оформить или активировать присланную / предложенную банком кредитную карту?», % респондентов, имеющих кредитную карту / Answers to a question “Why you have decided to issue or to activate the credit card which is sent / offered by bank?”, % of the respondents having the credit card

На всякий случай / Just in case	36
На случай крупной покупки / In a case of large purchase	34
На случай нехватки денег до зарплаты / In case of lack of money to pay	28
Нет необходимости иметь при себе наличные деньги / There is no need to have cash with	7
Возможность расплачиваться картой при покупке товаров через Интернет / The possibility to pay by card when you purchase products via Internet	7
Для поездок за границу / For travel abroad	5
Сохранение денег при утере или краже карты / Save money in case of loss or theft of the card	4
Предоставляются скидки по кредитной карте в магазинах / Discounts on credit card in stores	4
Для оплаты коммунальных и телекоммуникационных услуг / For paying for utility and telecommunication services	4
Иметь кредитную карту престижно / To have a credit card is prestigious	3
Я хотел перевести деньги родственнику / другу безналичным платежом / I want to transfer money to a relative / friend non-cash payment	1
Я решил накапливать баллы (мили авиакомпаний), чтобы обменять их на вознаграждение / I decided to accumulate points (miles for airlines) to exchange their reward	1
По карте предоставляется Cash Back (возврат части потраченной суммы на карту) / This card offers Cash Back (cash back of the amount spent on map)	1
Другое / Other	3
Затрудняюсь ответить / I find it difficult to answer	2

Инициативный всероссийский опрос НАФИ проведен в сентябре 2013 г. / Initiative All-Russian survey of NAFI is conducted in September, 2013. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России / 1600 people in 140 settlements in 42 regions of Russia are interviewed. Статистическая погрешность не превышает 3,4% / The statistical error doesn't exceed 3,4%.
 Источник / Source: Официальный сайт НАФИ / Official site of NAFI. URL: <https://nafir.ru> (дата обращения 05.07.2017).

и реальных доходов граждан (а значит, и уменьшением количества одобрений кредитных заявок), наличием скрытой безработицы, которая заставляет население откладывать покупки и больше сберегать, чем потреблять, а также уменьшением числа кредитных организаций (санация банков), безусловно, услуги кредитования становятся менее востребованными. Так, например, по результатам всероссийского социологического опроса Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), проведенного в марте 2017 г.,¹ 77% респондентов считают,

что «сейчас плохое время, чтобы брать кредиты» (против 58% ответивших также в 2008 г.)

Рассматривая кредитное поведение на примере использования самого распространенного кредитного продукта — кредитной карты, по данным Национального бюро кредитных историй (НБКИ), в I квартале 2014 г. доля кредитов, выданных с использованием кредитных карт, сократилась еще на 3,1%. Продолжается тенденция 2013 г. по сокращению сегмента кредитных карт. Согласно НБКИ, в 2013 г. объем кредитов, выданных с помощью карт, вырос на 41,2%, тогда как в 2012 г. рост составил 110,6%. Однако рынок не только сжимается, растут и темпы закрытия ранее выданных карт [12].

¹ Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России в возрасте от 18 лет и старше.

Таблица 5/ Table 5

Используете ли вы кредиты / кредитные карты?, чел.* / Do You use loans / credit cards?, people

Ответы на вопрос / Answers	Доля респондентов / Percentage of respondents
Использую кредиты / Use credits	16
Использую кредитную карту / Use credit card	8
Не использую кредиты и кредитные карты / Don't use credit card	9
Был опыт использования кредитов / Had an experience of using credit card	4
Был опыт использования кредитных карт / Without any experience	2

Источник / Source: [13, с. 52].

* Респонденты могли назвать более одного варианта.

По данным НАФИ, кредитные карты имеют 22% россиян, однако пользуются ими только 15%. Москвичи чаще, чем жители других населенных пунктов, расплачиваются с помощью «кредитки» (26%). Каждый десятый признался, что не имеет такой карты, но планирует оформить ее в течение 12 месяцев. Две трети наших сограждан (67%) не оформляли кредитную карту и не намерены это делать в ближайшем году. Такое поведение наиболее свойственно селянам (75%) и жителям городов с численностью населения от 100 тыс. до 500 тыс. человек (74%). Полные данные приведены в табл. 2.

Как видно из табл. 3, большая часть россиян, имеющих кредитную карту, оформила ее по своей инициативе (59%). В Москве и Санкт-Петербурге таковых 84%. Более трети владельцев «кредиток» не планировали их получать, но сделали это после предложения банка (38%). Об этом чаще сообщают жители малых городов с численностью жителей до 100 тыс. человек (51% владельцев кредитных карт).

В основном кредитные карты оформляют или активируют на всякий случай либо для крупной покупки (36% и 34% владельцев карт соответственно). 28% опрошенных рассказали о том, что сделали это на случай нехватки денег до зарплаты. Отсутствие необходимости иметь наличные деньги, а также возможность расплачиваться картой в Интернете побудили 7% респондентов завести «кредитку» (табл. 4).

Большинство россиян (71%) отказалось бы оформить кредитную карту, если такое предложение поступило бы от банка. Положительно отреагировали бы 15% взрослого населения, а 7% опрошенных уже имеют банковскую карту.

Наиболее распространенные причины отказа от оформления кредитки — отсутствие потребно-

сти в заемных деньгах или достаточный уровень заработка — об этом говорит треть россиян, не готовых оформлять кредитную карту. Почти пятая часть этой категории опрошенных (17%) называет в качестве причины отказа от кредитной карты — слишком высокие процентные ставки. Еще 11% не берут кредиты в принципе, а 9% объяснили свой отказ от кредитной карты отсутствием достаточного количества средств, чтобы возмещать долг. Недоверие к банкам в целом сдерживает от оформления кредитной карты 8% россиян, которые бы отказались получить такую карту².

Возраст и состояние здоровья мешают воспользоваться предложением банка и открыть кредитку 3% россиян, не согласных принять такое предложение. Не умеют пользоваться кредитной картой и поэтому отказываются от нее всего 2%. Еще одной возможной причиной отказа от кредитки может быть негативный опыт пользования данной банковской услугой в прошлом. Однако эту причину указывают редко — не более 1%. Не смогли объяснить причину отказа от предложения банка открыть кредитную карту 18% респондентов, не готовых оформить такую карту.

Согласно результатам исследования можно сделать вывод о том, что многие люди не до конца понимают суть кредитной карты и всех ее преимуществ. Ситуацию усугубляет и неуверенность в финансовой ситуации в стране и своих доходах в ближайшем будущем, что также побуждает граждан к закрытию «лишних» кредитных карт и кредитов в целом. При этом финансовая грамотность населения по-прежнему остается на низком уровне, а агрессивная банковская политика, реклама

² Энциклопедия финансового поведения россиян. НАФИ. 2014.

Цели использования кредитов, чел.* / Purpose of using loans, people

Цели / Aim	Доля респондентов / Percentage of respondents
Ипотека / Mortgage	6
Кредит на автомобиль / Loan for car	3
Кредит на улучшение жилищных условий / The credit for the improvement of living conditions	1
Кредит на крупные покупки / A loan for a major purchase	2
Кредит на поездку за границу / A loan for a trip abroad	
Кредит на обучение / Student loans	
Кредит на развитие бизнеса / Loan for business development	5
Кредит на покрытие непогашенного кредита / A loan to cover the outstanding loan	

Источник / Source: [13, с. 53–54].

* Респонденты могли назвать более одной цели.

и упрощение процедуры оформления кредитов (в том числе простота получения кредитной карты) приводят к увеличению закредитованности населения. В результате в кредитных портфелях коммерческих банков катастрофически увеличивается количество просроченных кредитов.

**РЕЗУЛЬТАТЫ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
ВЫСОКОДОХОДНЫХ ГРУПП
НАСЕЛЕНИЯ**

Незрелость кредитных отношений подтверждают и данные социологического опроса, проведенного ИСЭПН РАН по заказу госкорпорации АСВ в декабре 2014 г. среди высокодоходных групп населения России (опрошены 32 эксперта в 8 городах страны). Следует отметить, что последующее сравнение мнений респондентов, относящихся к разным социально-доходным группам, показало, что ответы практически совпадают. Это связано с тем, что в кризисные годы (2014–2016) высокодоходные группы по своему финансовому поведению близки к другим слоям (в «тучные» годы было иначе). Поэтому выводы по самому активному в отношении кредитов слою в условиях сегодняшней нестабильности

можно распространять и на другие группы населения.

Итак, треть опрошенной аудитории не имеет опыта банковского кредитования в независимости от возраста (табл. 5), 6 экспертов сталкивались с банковским кредитованием в прошлом, но на данный момент не используют кредиты или кредитные карты. Половина респондентов сообщила о том, что они используют кредиты, 8 экспертов пользуются кредитными картами, причем пользуются данными продуктами давно.

Основные цели использования кредитов: покупка недвижимости, т.е. ипотечный кредит (6 экспертов); развитие бизнеса (5 экспертов); покупка автомобиля (3 эксперта) (табл. 6).

Так, среди ответов экспертов высказывались следующие мнения:

«Использовала кредит в прошлом году. Кредитными картами не пользуюсь — считаю это переплатой. Если, конечно, есть необходимость покупки какой-то небольшой вещи на сумму, которую я могу покрыть в течение 50 дней льготного периода беспроцентного, тогда бы я оформила ее, тем более что сейчас это делается быстро. Кредит брала с целью ремонта, год назад» (руководитель проектов в страховой компании, 28 лет, Москва).

Таблица 7 / Table 7

Распределение ответов на вопрос: «Сейчас я покажу вам список высказываний, сделанных разными людьми. По какому из высказываний отметьте, пожалуйста, вы согласны или не согласны с ним?», в % от всех опрошенных / Distribution of answers to the question: “Now I will show You a list of statements made by different people. According to some of the statements, please indicate do You agree or disagree with him?”, in % of all respondents

		18–24 года / years	25–34 года / years	35–44 года / years	45–59 года / years	60+ года / years
Возможность взять кредит делает мою жизнь намного проще и приятнее, это замечательная возможность получить понравившуюся вещь / The ability to borrow makes my life a lot easier and more enjoyable, this is a great opportunity to get any thing	Скорее согласен / I tend to agree	44	45	38	33	25
	Скорее не согласен / I tend to disagree	40	39	48	49	50
	Затрудняюсь ответить / Difficult to answer	16	16	14	18	25
Пользование кредитом экономически оправдано – рост цен превышает проценты по кредиту / The loan is economically justified the price increase exceeds the interest on the loan	Скорее согласен / I tend to agree	27	31	31	26	16
	Скорее не согласен / I tend to disagree	47	49	48	51	52
	Затрудняюсь ответить / Difficult to answer	26	20	21	23	32

Источник / Source: Официальный сайт НАФИ / Official website of NAFl. URL: <http://nacfin.ru/kredit-ne-dlya-vsex/> (дата обращения: 05.07.2017).

«Брала кредит на покупку автомобиля» (ИП, 28 лет, Ростов-на-Дону).

«Кредиты не люблю. Очень не люблю, но в любом случае в той или иной степени пользуюсь. Кредиты потребительские не воспринимаю, потому что слишком высоки ставки, слишком большие переплаты. Единственный кредит, который я приемлю, это ипотечные кредиты» (заместитель директора филиала НПФ, 33 года, Ростов-на-Дону).

«Да, есть ипотечный кредит» (гл. бухгалтер, 39 лет, Краснодар).

Основные цели использования кредитной карты: накопление баллов (милей авиакомпаний), на случай нехватки денег, а также на случай крупной покупки и для поездок за границу. Из интервью складывается впечатление, что люди не до конца понимают суть кредитной карты. Так как то, что

они предполагают под кредитной картой, является, по сути, дебетовой картой с овердрафтом.

«Кредитами никогда не пользовался, и нет такого желания, а кредитная карта всегда существует. Потому что это как средство расчета за границей и у нас уже это бывает удобно, но не везде возможно расплатиться кредитной картой» (предприниматель, 56 лет, Москва).

«Кредитную карту я использую для совершения каких-то незапланированных покупок, если у меня недостаточно наличности. При этом досрочно могу погасить, когда у меня средства появятся. Плюс кредитная карта у меня привязана, как правило, к какой-нибудь программе лояльности, в частности авиакомпании или какой-то бонусной программе и т.д. А кредиты — это совершение крупных покупок» (госслужащий, 30 лет, Москва).

Распределение ответов на вопрос: «Сейчас я покажу вам список высказываний, сделанных разными людьми. По какому из высказываний отметьте, пожалуйста, вы согласны или не согласны с ним?», в % от всех опрошенных / Distribution of answers to the question: “Now I will show You a list of statements made by different people. According to some of the statements, please indicate do You agree or disagree with him?”, in % of all respondents

		ЦФО / TSFO	СЗФО / SZFO	ЮФО / SFO	СКФО / SKFO	ПФО / PFO	УФО / UFO	СФО / SFO	ДФО / DFO
Возможность взять кредит делает мою жизнь намного проще и приятнее, это замечательная возможность получить понравившуюся вещь / The ability to borrow makes my life a lot easier and more enjoyable, this is a great opportunity to get any thing	Скорее согласен / I tend to agree	26	41	36	29	45	43	45	21
	Скорее не согласен / I tend to disagree	59	37	47	48	35	43	33	79
	Затрудняюсь ответить / Difficult to answer	15	22	17	23	20	14	22	0
Пользование кредитом экономически оправдано – рост цен превышает проценты по кредиту / The loan is economically justified the price increase exceeds the interest on the loan	Скорее согласен / I tend to agree	22	24	23	22	27	26	33	36
	Скорее не согласен / I tend to disagree	52	53	53	57	42	53	45	58
	Затрудняюсь ответить / Difficult to answer	26	23	24	21	31	21	21	6

Источник / Source: Официальный сайт НАФИ / Official website of NAFI. URL: <http://nacfin.ru/kredit-ne-dlya-vsex/> (дата обращения: 05.07.2017).

Таблица 9 / Table 9

Распределение ответов на вопрос: «Сейчас я покажу вам список высказываний, сделанных разными людьми. По какому из высказываний отметьте, пожалуйста, вы согласны или не согласны с ним?», в % от всех опрошенных / Distribution of answers to the question: “Now I will show you a list of statements made by different people. According to some of the statements, please indicate do You agree or disagree with him?”, in % of all respondents

		До 5000 руб. / Up to 5000 rubles	5000– 8000 руб. / 5000– 8000 rubles	8000– 10 000 руб. / 8000– 10 000 rubles	10 000– 15 000 руб. / 10 000– 15 000 rubles	Выше 15 000 руб. / Above 15 000 rubles
Возможность взять кредит делает мою жизнь намного проще и приятнее, это замечательная возможность получить понравившуюся вещь / The ability to borrow makes my life a lot easier and more enjoyable, this is a great opportunity to get any thing	Скорее согласен / I tend to agree	31	36	31	38	46
	Скорее не согласен / I tend to disagree	52	48	47	47	42
	Затрудняюсь ответить / Difficult to answer	17	16	22	15	12
Пользование кредитом экономически оправдано – рост цен превышает проценты по кредиту / The loan is economically justified the price increase exceeds the interest on the loan	Скорее согласен / I tend to agree	23	25	24	26	33
	Скорее не согласен / I tend to disagree	53	54	51	50	48
	Затрудняюсь ответить / Difficult to answer	24	21	25	24	19

Источник / Source: Официальный сайт НАФИ. URL: <http://nacfin.ru/kredit-ne-dlya-vsex/> (дата обращения: 05.07.2017).

«Непосредственно кредитные карты используем для расчета в магазинах. Если, например, у нас отложены деньги и не хочется лезть в эту сумму, то мы берем кредитную карту, тратим на какие-то нужды, а потом с зарплаты докладываем на эту кредитную карту, так как есть сейчас 50 дней беспроцентного пользования, остальные денежные средства кладем опять же в копилку» (главный бухгалтер, 35 лет, Ростов-на-Дону).

Наиболее часто встречающимися причинами, по которым респонденты не пользуются кредитными продуктами, являются следующие:

нет необходимости в данном продукте, слишком высокая процентная ставка, не берут кредиты в принципе (отрицательное отношение), недоверие к банкам, а также желание не быть никому должным.

«Была кредитная карточка „Дженерал Электрик“, и я купил телевизор — тогда еще не было таких нормальных доходов. И просто замучился вносить. Там буквально на день опоздаешь, уже начинаются выговоры, звонки бесконечные. Просто вещи, унижающие человеческое достоинство. Ни при каких условиях никакие кредитные карты я брать

не буду. Это просто обман и унижение. Самое отрицательное отношение» (профессор, 62 года, Казань).

«Нет, не использую. Занимаешь чужие и ненадолго, а отдаешь свои и навсегда. Не пользовался ими ни разу. Соизмеряю свои возможности со своими запросами. Поэтому все это дело миновало» (директор, 54 года, Нижний Новгород).

«Я пользовался кредитной картой, с достаточно хорошим кредитным ресурсом, порядка 1 000 000 рублей, но все же в большей степени это было использование денег для бизнеса, не для личных целей (покупок). То есть, предложения розничных кредитов, которые сейчас мне раз в неделю стабильно поступают (предлагает какой-либо из банков, либо звонит, либо присылает СМС, даже по почте письма присылает) они мне не интересны. Я думаю, что людям с уровнем дохода порядка 300 000–500 000 рублей не интересны» (предприниматель, 35 лет, Краснодар).

«Никогда не пользовалась, надеюсь никогда не пользоваться и считаю, что кредит можно брать только в одном случае — на жилье. С остальным можно переждать, пережить, чем переплачивать. Если у людей маленький доход, если они не уверены в своей работе, которую всегда можно потерять в любой момент, глупо пользоваться кредитом, особенно на такие товары, как электроника, мебель, без всего этого можно обойтись. Лучше накопить и купить, чем оплачивать кредиты» (педагог, 63 года, Москва).

Мнения, высказанные представителями высокодоходных слоев населения, подтверждают и данные исследования НАФИ (июль 2014 г.), при которых опрашивались граждане любых социально-доходных категорий. Несмотря на обилие предложений, представленных на российском рынке банковских услуг, около половины россиян считают, что использование кредитов не делает жизнь проще (46%) и экономически не оправдано (50%).

Результаты опроса, проведенного НАФИ в марте 2017 г., показали, что за последний год треть россиян выплачивали кредиты, и 38% заемщиков считают, что небольшие просрочки платежей не страшны. Невозврат кредита сегодня считают допустимым 26% россиян. Почти половина опрошенных готовы оправдать неплательщика, если причиной тому послужили внезапно возникшие обстоятельства (например, экономический кризис или болезнь).

Улучшение жизни за счет кредита заметили в основном молодые люди от 24 до 34 лет (45%), отмечая при этом его выгоду (31%). Негативнее

всех к кредитным продуктам относятся россияне старше 45 лет (51%) (табл. 7).

Около половины жителей Приволжского и Сибирского федеральных округов утверждают, что с кредитом их жизнь «стала проще и приятнее» (по 45%), а также «пользование им экономически оправдано» (27 и 33% соответственно). Намного негативнее относятся к кредитованию респонденты, опрошенные в Дальневосточном округе (64%) (табл. 8).

Пользование кредитом было одобрено в основном теми, кто имеет свыше 15 тыс. руб. ежемесячного дохода на одного члена семьи (43%). Не согласны же с ними те россияне, заработок которых не превышает 8 тыс. руб. на человека (48%) (табл. 9).

По данным исследования ИСЭПН РАН финансового поведения высокодоходных групп, самым привлекательным условием при выборе кредитного продукта является низкая процентная ставка, т.е. важный параметр — величина процентной ставки. Еще один параметр при выборе кредитного продукта — опыт и рекомендации знакомых [13].

Последний критерий также важен и при поиске информации о кредитных продуктах и услугах, на это указало 3 человека. 8 экспертов владеют информацией о банковских кредитах благодаря банковским службам, которые либо самостоятельно напрямую предлагают свои услуги, либо сам респондент обращается за информацией в банк.

Лидерство среди источников информации по кредитным продуктам и услугам — у сети Интернет (8 экспертов):

«Черпаю информацию от знакомых. Выбор кредита — это наличие контактов в банке, реальность получения кредита, поддержка и помощь в оформлении документов и процентная ставка, естественно» (ИП, 37 лет, Нижний Новгород).

«С минимальной процентной ставкой, естественно. С минимальной переплатой, я бы так сказала» (ИП, 28 лет, Ростов-на-Дону).

«Информацию о возможностях и ресурсах на кредитном рынке — в первую очередь из Интернета, рекламы и личных знакомств, потому что у меня достаточное количество знакомых работает в банковской сфере» (заместитель директора филиала НПФ, 33 года, Ростов-на-Дону).

«Смотря для чего нужен кредит. Если кредит нужен для покупки, например, в магазине бытовой техники, я, во-первых, посмотрю, есть ли кредиты, которые как бы субсидируются самой организацией, т.е. цена точно такая же, а переплаты нет. Это

не только реклама, что без переплаты, а именно проверка, что действительно эта сумма не превысит. Если мне кредит нужен на какие-то другие цели — ремонт сделать, еще что-то, я выбираю банк, где мне не откажут стопроцентно и ставка будет небольшая. Как правило, если зарплата на Сбербанке, то Сбербанк всегда навстречу идет» (старший брокер, 39 лет, Воронеж).

«Единственный критерий — это процентная ставка, чем ниже процентная ставка, тем привлекательнее эта услуга» (руководитель, 63 года, Санкт-Петербург).

«От других людей: если кто-то из друзей мне говорит, что взял кредит там-то, заплатил столько-то, и получилось так-то, для меня это хорошая мотивация. Это раз. И, во-вторых, из рекламы, конечно. Но по большей части, наверное, это от других людей. От рекомендаций» (ИП, 28 лет, Ростов-на-Дону).

«Конечно, те контакты с работниками банков, которые заинтересованы в частном секторе, которые приходят ко мне не как к руководителю организации, а ко мне как вот ко мне. И соответственно уже дальше пытаются, так или иначе, вовлечь в какое-то участие в тех или иных инструментах. Вот отсюда информацию и получаю» (генеральный директор, 38 лет, Санкт-Петербург).

Единодушны эксперты и в вопросе достаточного предложения на рынке кредитных услуг.

«Предложений более чем достаточно. Информацию черпаю из рекламных объявлений, плюс, в случае возникновения необходимости, в кредитных средствах изучаю рынок, смотрю предложения различных банков. Что критерием является — это ставка в первую очередь» (госслужащий, 30 лет, Москва).

«Считаю, что в настоящий момент очень большое разнообразие различных предложений по кредитам существует. Единственное, что мне мешает, и я считаю, что во многом портит восприятие населением кредитов, это поведение микрофинансовых организаций, которые отвращают от использования данного инструмента, хотя, в принципе, использование кредитных средств, я считаю, вполне разумным и оправданным в определенных ситуациях» (ведущий экономист, 28 лет, Москва).

Только 5 экспертов из числа опрошенных в ближайшие 12 месяцев планировали брать кредиты: на покупку недвижимости (ипотечный кредит) и на развитие бизнеса.

«Да, планирую, ипотечный кредит для приобретения собственного жилья» (ведущий экономист, 28 лет, Москва).

«Может быть через год, если мы загасим предыдущий ипотечный кредит. Я буду расширяться в своем жилье, и будем опять брать новый ипотечный кредит» (главный бухгалтер, 39 лет, Краснодар).

«Планирую биться до последнего, чтобы не брать кредиты. Но если придется, возьму кредит» (генеральный директор, 71 год, Санкт-Петербург).

«Наверное, возьму ипотечный кредит» (начальник отдела маркетинга, 31 год, Воронеж).

«Вообще планирую брать на бизнес» (ИП, 37 лет, Нижний Новгород).

На вопрос «Приходилось ли вам брать кредит для покрытия непогашенного кредита?» только три эксперта признались, что имеют такой опыт. Остальным не доводилось сталкиваться с подобной практикой.

«Да, бывало. Конечно ужасная практика. Но, слава богу, краткосрочная. И, в общем, тоже очень не нравится. Единственное, не доходит дело до абсурда — не формируется пирамида, что хуже, хуже. Нет, это в обратную сторону происходит — берется на лучших условиях закрывать худшие» (генеральный директор, 38 лет, Санкт-Петербург).

«Да, конечно. Был ипотечный кредит, нужно его срочно загасить, подросла уже квартира, которая достроилась, ее нужно продавать, берешь деньги в другом банке, т.е. гасишь этот кредит и продаешь квартиру и гасишь кредит, который не ипотечный» (главный бухгалтер, 39 лет, Краснодар) [7].

ВЫВОДЫ

Резюмируя, можно отметить, что в целях обеспечения условий для формирования взвешенных стратегий кредитного поведения, повышения личной ответственности индивидов за принимаемые ими кредитные решения, за собственное экономическое благополучие, а также предотвращения возможных негативных процессов на кредитном рынке необходима работа по нескольким направлениям. К ним относятся повышение информированности потребителя, его финансовых знаний и навыков (в рамках программ финансового просвещения); совершенствование законодательной базы и эффективная защита прав обманутых заемщиков; повышение доверия населения к финансовой системе (при участии как федеральных, так и региональных властей) [14, 15]; политика, направленная на улучшение уровня жизни [16], увеличение реальных денежных доходов граждан и обеспечение стабильного социально-экономического развития страны.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Алиева И.А. Финансовое поведение населения: теоретический аспект // Вестник КРСУ. 2016. Т. 16. № 2. С. 107–109.
2. Katona G. To Spend or to Save? In Katona, G. Psychological economics. New York: Elsevier, 1975, pp. 229–239.
3. Leora F. Klapper, Annamaria Lusardi, Georgios A. Panos. Financial literacy and the financial crisis. NBER. 2012. Working paper No. WP-17930. URL: <http://www.nber.org/papers/w17930>.
4. Kolenikov S., G. Angeles. The Use of Discrete Data in Principal Component Analysis with Applications to Socio-Economic Indices. 2004. CPC/MEASURE Workingpaper No. WP-04–85.
5. Xu L., Zia B. Financial Literacy around the World: An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward. Policy Research Working Paper 6107. June 2012. URL: <http://www.worldbank.org>.
6. Atkinson A., Messy F. Measuring Financial Literacy: Results of the OECD // International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions. 2012. No. 15. OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>.
7. Белехова Г.В. Кредитное поведение населения: современные аспекты (на примере Вологодской области) // Вопросы территориального развития. 2014. Вып. 1 (11). С. 1–14.
8. Стребков Д. О. Социальные аспекты кредитного поведения населения // Социологический журнал. 2007. № 1. С. 83–12.
9. Дикий А.А. Жизнь в кредит: установки и поведенческие стратегии россиян // Социологические исследования. 2012. № 5. С. 134–140.
10. Давыденко И. Г. Детерминанты кредитного поведения населения в условиях развития рынка потребительского кредитования // Общество: политика, экономика, право. 2014. № 3. С. 22–27.
11. Юсупова Д.А. Основные черты и типы кредитного поведения // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2009. Т. 4. № 1 (11). С. 91–96.
12. Аликперова Н.В. К вопросу о востребованности кредитных карт в современной России // Проблемы развития общества в условиях неопределенности: экономические, социальные и управленческие аспекты // Материалы Международной научно-практической конференции. М.: Региональный центр социально-экономических и политических исследований «Общественное содействие», 2014.
13. Александрова О.А., Аликперова Н.В., Бурдастова Ю.В., Ненахова Ю.С., Ярашева А.В. Инвестиционно-сберегательные стратегии высокодоходных групп населения. Коллективная монография / под науч. ред. О.А. Александровой, А.В. Ярашевой. М.: Изд-во «Экон-Информ», 2016. 158 с.
14. Макар С.В. Пространственный анализ: развитие концепции и возможностей применения // Вестник Финансового университета. 2012. № 2 (68). С. 61–72.
15. Строев П.В. Анализ факторов, оказывающих влияние на инновационную активность в экономике России // Вестник Финансового университета. 2012. № 2. С. 143–148.
16. Мигранова Л.А., Тореев В.Б., Ярашева А.В. Экономическое поведение: анализ и перспективы // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. № 1 (31). С. 116–124.

REFERENCES

1. Aliyeva I. A. Financial behavior of the population: theoretical aspect. *Vestnik KRSU = Bulletin of KRSU*, 2016, vol. 16, no. 2, pp. 107–109. (In Russ.).
2. Katona G. To Spend or to Save? In Katona, G. Psychological economics. New York: Elsevier, 1975, pp. 229–239.
3. Leora F. Klapper, Annamaria Lusardi, Georgios A. Panos. Financial literacy and the financial crisis. NBER. 2012. Working paper no. WP-17930. URL: <http://www.nber.org/papers/w17930>.
4. Kolenikov S. and G. Angeles. The Use of Discrete Data in Principal Component Analysis with Applications to Socio-Economic Indices. 2004. CPC/MEASURE Workingpaper, no. WP-04–85.
5. Xu L., Zia B. Financial Literacy around the World: An Overview of the Evidence with Practical Suggestions for the Way Forward. Policy Research Working Paper 6107. June 2012. URL: <http://www.worldbank.org>.

6. Atkinson A., Messy F. Measuring Financial Literacy: Results of the OECD. International Network on Financial Education (INFE). Pilot Study. OECD Working Papers on Finance, Insurance, and Private Pensions. 2012. no. 15. OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>.
7. Belekhova G.V. Credit behavior of the population: modern aspects (on the example of Vologda region). *Voprosy territorial'nogo razvitiya = Territorial development issues*, 2014, no. 1 (11), pp. 1–14. (In Russ.).
8. Strebkov D. O. Social aspects of population's credit behavior. *Sotsiologicheskii zhurnal = Sociological journal*, 2007, no. 1, pp. 83–12. (In Russ.).
9. Dikii A. A. The life in the credit: attitudes and behavioral strategies of the Russians. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological research*, 2012, no. 5, pp. 134–140. (In Russ.).
10. Davydenko I. G. The determinants of credit behavior of the population in the conditions of development of the market of consumer credit. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo = Society: politics, economy, law*, 2014, no. 3, pp. 22–27. (In Russ.).
11. Yusupova D. A. The basic features and types of credit behavior. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta = Bulletin of Kazan State Agrarian University*, 2009, vol. 4, no. 1 (11), pp. 91–96. (In Russ.).
12. Alikperova N. V. To the question about the demand for credit cards in modern Russia. Problems of development of society in conditions of uncertainty: economic, social and managerial aspects. Proceedings of International scientific-practical conference. Moscow: Regional center for socio-economic and political studies “Public assistance” 2014. (In Russ.).
13. Aleksandrova O. A., Alekperova N. V., Burdastova Yu. V., Nenakhova Yu. S., Yarasheva A. V. Investment-savings strategy of high-income groups. The collective monograph. O. A. Aleksandrova, A. V. Yarasheva (Ed.). Moscow: Publishing house “Eco-Inform”, 2016. 158 p. (In Russ.).
14. Makar S. V. Spatial analysis: the development of the concept and possibilities of application. *Vestnik Finansovogo universiteta = The Bulletin of the Financial University*, 2012, no. 2 (68), pp. 61–72. (In Russ.).
15. Stroyev P. V. The analysis of the factors influencing the innovation activity in the Russian economy. *Vestnik Finansovogo universiteta = The Bulletin of the Financial University*, 2012, no. 2, pp. 143–148. (In Russ.).
16. Migranova L. A., Toneev V. B., Yarasheva A. V. Economic behavior: analysis and prospects. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz = Economic and social changes: facts, trends, forecast*, 2014, no. 1 (31), pp. 116–124. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Азиза Викторовна Ярашева — доктор экономических наук, профессор Департамента социологии, Финансовый университет, Москва, Россия
baktiana@rambler.ru

Светлана Владимировна Макар — доктор экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Центр региональной экономики и межбюджетных отношений, Финансовый университет, Москва, Россия
svetwn@mail.ru

Станислав Борисович Решетников — младший научный сотрудник, Центр региональной экономики и межбюджетных отношений, Финансовый университет, Москва, Россия
reshetnikovst@gmail.com

ABOUT THE AUTHORS

Aziza V. Yarasheva — Dr. Sci. (Econ.), Professor, Department of sociology, Financial University, Moscow, Russia
baktiana@rambler.ru

Svetlana V. Makar — Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Leading researcher, Center for regional economy and inter-budgetary relations, Financial University, Moscow, Russia
svetwn@mail.ru

Stanislav B. Reshetnikov — Junior researcher, Center for regional economy and inter-budgetary relations, Financial University, Moscow, Russia
reshetnikovst@gmail.com