

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра истории, теории и прикладной социологии

**Поколенческие особенности кредитных стратегий
населения**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 411 группы
направления 39.03.01 - Социология
Социологического факультета
Ионовой Натальи Сергеевны

Научный руководитель

доктор социологических наук, профессор _____ Н.В.Шахматова
подпись, дата

Заведующий кафедрой

доктор социологических наук, профессор _____ Д.В.Покатов
подпись, дата

Саратов 2016

Введение

В последнее время, в течение четырех-пяти лет, в нашей стране можно наблюдать активное развитие кредитования населения. Постепенно кредиты набирают все большую популярность среди потребителей, тем самым образовывая новую социальную реальность. Получая доступ к кредитам, большая часть населения может быстрее повысить качество своей жизни.

Можно наблюдать, что потребительское кредитование в современных условиях занимает важную роль в деятельности коммерческих банков и финансовых организаций. В большей степени, данный вид займа направлен на активный сбыт товаров и услуг, экономит издержки обращения, и также приносит кредиторам существенную прибыль. В свою очередь население получает возможность приобретать необходимую вещь в момент ее наивысшей актуальности для потребителя. По статистическим данным, более половины населения в Саратовском регионе имеют займы.¹

Кредитный рынок в России непрерывно развивается и совершенствуется, причём большую роль в его росте играет образовавшаяся конкуренция между финансовыми организациями, что способствует созданию новых программ в кредитной сфере и вместе с тем облегчает условия получения займов. На сегодняшний день банковские учреждения предоставляют широкий выбор услуг. Так как большинство граждан России имеют низкий материальный заработок и не у всех людей личные потребности совпадают с возможностью их реализации, поэтому им приходится обращаться за помощью к банковским организациям.

Объектом дипломной работы являются кредитные стратегии населения.

¹ Федеральный закон "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" с изменениями и дополнениями (принят ГД ФС РФ 27.06.2002) [Электронный ресурс]: [сайт]. URL: http://www.cbr.ru/today/status_function/law_cb.pdf (дата обращения 02.02.2016) ПСИС «КонсультантПлюс», от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 25.11.2009)

Предметом является поколенческая специфика отношения населения к кредитованию.

Целью квалификационной работы является изучение поколенческих особенностей кредитных стратегий населения.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1. выявить (познавательный потенциал) теоретические подходы к изучению кредитных стратегий населения.
2. проанализировать и обобщить отечественные и зарубежные, теоретические и прикладные исследования по изучению кредитных практик.
3. определить степень удовлетворенности заемщиков работой банков г. Саратова.
4. выявить поколенческие особенности отношения населения к процессу кредитования.

Методологической базой данной работы является структурно-функциональный подход, сформулированный Э. Дюркгеймом и развитый Р.Мертоном, что позволило рассмотреть поколенческие особенности кредитных стратегий населения города Саратова.

Эмпирической базой квалификационной работы являются опубликованные работы отечественных и зарубежных исследователей по изучаемой проблеме, вторичный анализ опубликованных результатов социологических исследований, а также результаты авторского исследования, проведенного в 2013-2014 годах, среди населения города Саратова методом анкетирования с использованием квотно-стратифицированного типа выборки. Было опрошено 200 человек, которые имели опыт кредитования в своей жизни.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 2 разделов, заключения, списка использованных источников и приложений.

Основное содержание работы

В современном мире имеется множество различных высказываний и мнений по поводу определения сущности кредита. В российской и зарубежной литературе различают шесть подходов к определению понятия «кредит».²

Первый подход рассматривает кредит как средство движения денежных средств. Н.П. Белолетова и Ж.С. Белолетова рассматривают займ как один из видов общественных отношений, которые связаны с движением в денежной или товарной форме.³ По взгляду Ю.И. Коробова кредит рассматривается как отношение возвратного движения стоимости.⁴

В рамках второго подхода, кредит выступает как форма накопления и распределения свободных денежных ресурсов. К Маркс в своей работе «Капитал» рассматривая природу кредита, определяет его как обоснованные доверительные отношения, в которых одно лицо доверяет определенную сумму денежных средств или товар другому лицу на основе возвратности по истечении срока.⁵ С.С. Артемьева утверждает, что займ, в первую очередь, характеризует отношения, которые складываются между кредитором и заемщиком по передачи средств на временное пользование с учетом возврата.⁶

Третий подход к определению понятия «кредит» характеризуется как экономические отношения двух сторон, складывающиеся из-за передачи денежных активов.⁷

Рассматривая четвертый рыночный подход, можно утверждать, что кредит является товаром, который отличается от других товаров формой

² Золотогоров, В.Г. Экономика. Энциклопедический словарь. М.: Интерпрессервис. Книжный Дом. 2003. С.12

³ Деньги, кредит, банки// под ред.: Н.П. Белотеловой, Ж.С. Белотеловой. М.: Издательско-торговая корпорация «Данилов и Ко». 2009. С.220

⁴ Коробов, Ю.И. Кредитный механизм. Саратов.: Саратовский университет. 2010. С16

⁵ Милль, Дж. Основы политической экономии. М.: Прогресс. 2005. С.165

⁶ Финансы, денежное обращение, кредит// под ред.: С.С. Артемьевой, В.В. Митрохина, В.И. Чугунова. М.: Академический Проект: Фонд «Мир». 2009. С. 88-89

⁷ Золотогоров, В.Г. Экономика. Энциклопедический словарь. М.: Интерпрессервис. Книжный Дом. 2003. С.34-36

движения, спецификой, свойствами и ценовой политикой. С точки зрения З.С. Каценеленбаума, кредит анализируется как основной постулат товарного производства, а его материальной основой выступают свободные денежные ресурсы.⁸ О.И. Лаврушина в качестве кредита рассматривает денежные средства либо товар в долг с уплатой всех процентов за пользование.⁹

Пятый институциональный подход выделяет кредит как сделку между субъектами экономического регулирования.

Шестой макроэкономический подход характеризует кредит как фактор воспроизводства экономической системы всей страны, и является одним из основ инструментов государственного регулирования экономики. В виду данного подхода, С.В. Галицкая определяет кредит – как экономическую категорию, которая выражает отношения двух сторон и перераспределяет свободные денежные ресурсы на основе срочности, платности и возвратности.¹⁰ Таким образом, рассмотрев теоретические подходы, был выявлен познавательный потенциал к изучению кредитных историй, отсюда главными признаками займа являются: двусторонняя сделка; возмездное распределение благ (отличается от дарения); не одновременный обмен благ (отличается от одновременных сделок, например, купли-продажи).

Поскольку в большинстве стран даже часть социальных услуг (услуги образования, медицинские услуги, повышение квалификации и профессиональная переподготовка, санаторно-курортное лечение и др.) предоставляется на платной основе, то большинство населения прибегают к кредиту, когда необходимо оплатить подобные услуги. Масштабы кредитования социальной сферы зависят от уровня ее бюджетного финансирования. Чем выше роль государства в предоставлении бесплатных

⁸ Каценеленбаум, З.С. Учение о деньгах и кредите // Кредит и кредитные учреждения. М.: Финансы. 2008. С.69

⁹ Лаврушин, О.И. Организация и планирование кредита. М.: Финансы и статистика. 2011. С.52

¹⁰ Галицкая, С.В. Деньги, кредит, финансы. М.: Изд-во: Эксмо. 2005. С.119

услуг социального характера, тем скромнее роль кредита в финансировании социальной сферы.

В настоящее время в Российской Федерации ряд банков предлагают кредиты на социальные цели: образовательный кредит, кредит на лечение, на отдых и т.п. В тех странах, где социальная сфера базируется в основном на рыночных принципах, высока и роль кредита в финансировании социальных услуг.

На сегодняшний день можно наблюдать изменение форм кредитного поведения, а вместе с этим меняются и кредитные стратегии населения. В двадцатом веке демонстративное потребление сменяется опережающим, когда желание приобрести какую-либо вещь вызывает к появлению индустрии экспресс кредитов. Объективным фактором такого потребления стала инфляция, в результате чего сбережения и накопления потеряли смысл. Таким образом, вещь сначала приобретают, а потом выкупают собственным трудом. В связи с этим меняется классический круговорот денежных средств.

Проанализировав отечественные и зарубежные, теоретические и прикладные исследования по изучению кредитных практик, обнаружилось, что кредитные стратегии населения рассматриваются через призму ценностных ориентаций, поведения, как отдельных индивидов, так и общества в целом. Кредитные стратегии позволяют изучить не только поведенческий аспект, но также ценностный и мотивационный, благодаря чему можно проследить зарождение и само выстраивание стратегии во времени. В современном обществе вместе с изменениями стратегий, меняется и само поведение, т.е. осознание потребностей, оценка правильного выбора, принятие решения и многое другое.

Таким образом, кредитные стратегии понимаются как характеристика, способная достичь цели для развития всей экономической системы посредством предоставления финансовой помощи населению на условиях возвратности, платности и срочности, выделяя при этом особенности роста системы кредитования: один из главных факторов воспроизводства

денежных средств, способность развития всей экономической системы, сложность структуры, что отражает потребности населения, нацеленность на социально-экономическую обеспеченность населения.

С целью выявления общественного мнения о кредитовании среди саратовских жителей было проведено социологическое исследования в 2013-2014 годах. Было опрошено 200 респондентов, из них 54% женщин и 46% мужчин в возрасте от 18 до 64 лет. В процессе работы все возрастные категории были разделены на поколения. Так, в опросе приняли участие 30% молодого поколения, 31% среднего поколения и 39% старшего поколения.

В результате можно пронаблюдать различные особенности кредитных стратегий населения в г. Саратове. Так, для молодежи кредит ассоциируется с отличной возможностью приобрести необходимую вещь в момент ее актуальности. В основном молодое поколение не обходится без банковских займов. Это может быть обусловлено тем, что у молодого поколения уровень потребностей не соответствует уровню доходов. Как правило, большинство займов на потребительские нужды. Самым надежным банком для них является Сбербанк России. Также большое количество респондентов среди молодого поколения обслуживаются в банке Хоум кредит, который предоставляет займы жителям различных возрастных категорий и без опыта работы, либо независимо от истории кредитования. В большей степени при отказе в займе молодежь не являются сторонниками накоплений либо сбережений денежных средств, а предпочитают обращаться в другой банк.

В основном, молодое поколение более внимательно относятся к процессу кредитования, поэтому и не выходят на задолженность, хотя все же малая часть имеют наличие одной или двух задолженностей по причине болезни либо рождением ребенка. Молодежь полностью удовлетворены количеством банкоматов в городе, это характеризует то, что молодые люди более мобильны, и возможностью досрочного погашения. Однако среди факторов неудовлетворенности преобладают такие, как процентная ставка, условия страхования и размер пени за просрочку, это может быть объяснимо

малым опытом и незнанием всех ключевых моментов. Выяснено, что молодежь не планируют кредитоваться в будущем, но все же малая доля предпочитает взять займ в течение 2016 года.

Для среднего поколения, как и для молодежи кредит представляется хорошей возможностью приобрести желаемое. Половина опрошенных среднего поколения обходятся без заемных практик и предпочитают не нести обязательства перед банковскими организациями. Это можно объяснить тем, что они более осторожно и внимательно подходят к процессу кредитования и скорее пользуются личными сбережениями. Однако другая половина респондентов среднего поколения все-таки нуждаются в дополнительных денежных средствах. Более распространенным видом займа является потребительский кредит, а также кредитные карты, которые позволяют пользоваться денежными средствами безналичным способом, сэкономив на этом. Среднее поколение предпочитают брать займы в Сбербанке.

В большей степени при отказе в займе население среднего поколения предпочитают оформить заявку на другой вид кредита в этом же банке, что доказывает надежность и доверие одной банковской организации. У большинства опрошенных среднего поколения не имеется задолженностей, что это только подтверждает ответственность с их стороны. Наибольшее количество респондентов среднего поколения полностью удовлетворены обслуживанием в банке, количеством банкоматов в городе, временем одобрения кредита и возможностью досрочного погашения. Также велика доля и неудовлетворенных опрошенных среднего поколения размером пени за просрочку. Выяснено, что наибольшее количество респондентов среднего поколения не планируют кредитоваться в будущем.

Рассмотрев стратегию кредитования старшего поколения, можно увидеть, что для большинства кредитование воспринимается как «долговая яма», как повинность, ведущая к обнищанию россиян. Большая часть респондентов старшего поколения обходятся без заемных практик и предпочитают не нести обязательства перед банковскими организациями.

Это можно объяснить тем, что они более осторожно и внимательно подходят к процессу кредитования и скорее пользуются личными сбережениями и накоплениями. Однако, малая доля саратовских жителей все же имеют один текущий займ, и в основном это автокредит с более трудными и сложными условиями, а также кредитные карты. Это обусловлено с их незнанием всех условий других видов кредита. Старшее поколение в равной степени предпочитает обслуживаться в Сбербанке, ВТБ24 и Тресте.

У большинства респондентов старшего поколения не имеется задолженностей по кредитам, т.к. старшее поколение более ответственное и живут не только сегодняшним днем. Наибольшее количество опрошенных старшего поколения полностью удовлетворены количеством банкоматов в городе и обслуживанием в банке. Однако малую долю все же не устраивает количество банкоматов в своем городе, и это единственный фактор, не удовлетворяющий старшее поколение, это может быть связано с низкой мобильностью.

Таким образом, стратегии кредитования напрямую зависят от возраста населения, мнения различных поколений расходятся и по отношению к особенностям кредитования. Выявив поколенческие особенности отношения населения к процессу кредитования, известно, что одним из факторов, из-за которых молодежь не желает перенимать опыт старшего поколения, является то, что молодежь предпочитает вести западный образ жизни, в то время как старшее поколение моделирует свою жизнь, привычки и нормы по советскому образцу.

В настоящее время формирование кредитной культуры ведет к росту демонстративного потребления. Это означает, что с помощью дорогих покупок, индивид демонстративно показывает свою успешность и тем самым принадлежность к определенному социальному слою. А не соответствие уровня доходов обязывает занимать дополнительные средства на удовлетворение своих потребностей, даже не столь важных, для того, что продемонстрировать свою состоятельность на фоне общества.

Заключение

В современном обществе процесс кредитования вплотную вошел в повседневную жизнь практически каждого человека. Роль кредита, а также кредитная система не стабильна и постоянно изменяется, поэтому с изменениями в стране, меняется и сфера применения кредитных стратегий. А ввиду низких доходов, которые не удовлетворяют потребности общества, займ занимает все большее и важное место в жизни индивида и страны в целом.

Кредитные стратегии населения рассматриваются через призму ценностных ориентаций, поведения, как отдельных индивидов, так и общества в целом. Кредитные стратегии позволяют изучить не только поведенческий аспект, но также ценностный и мотивационный, благодаря чему можно проследить зарождение и само выстраивание стратегии во времени. В современном обществе вместе с изменениями стратегий, меняется и само поведение, т.е. осознание потребностей, оценка правильного выбора, принятие решения и многое другое.

Особенности кредитных стратегий и рост всей системы кредитования населения являются одним из главных факторов воспроизводства денежных средств, способность развития всей экономической системы, сложность структуры, что отражает потребности населения, нацеленность на социально-экономическую обеспеченность населения.

Можно пронаблюдать различные особенности кредитных стратегий населения в г. Саратове. Итак, для молодежи кредит ассоциируется с отличной возможностью приобрести необходимую вещь в момент ее актуальности. Молодежь полностью удовлетворены количеством банкоматов в городе, это демонстрирует то, что молодые люди более мобильны. Однако среди факторов неудовлетворенности преобладают такие, как процентная ставка, условия страхования и размер пени за просрочку, это может быть объяснимо малым опытом и незнанием всех ключевых моментов. Выяснено,

что молодежь не планируют кредитоваться в будущем, но все же малая доля предпочитает взять займ в течение 2016 года.

Для среднего поколения, как и для молодежи кредит представляется хорошей возможностью приобрести желаемое. Наибольшее количество респондентов среднего поколения полностью удовлетворены обслуживанием в банке, количеством банкоматов в городе, временем одобрения кредита и возможностью досрочного погашения. Также велика доля и неудовлетворенных опрошенных среднего поколения размером пени за просрочку. Выяснено, что наибольшее количество респондентов среднего поколения не планируют кредитоваться в будущем.

Рассмотрев стратегию кредитования старшего поколения, можно проанализировать, что для большинства кредитование воспринимается как «долговая яма», как повинность, ведущая к обнищанию россиян. Наибольшее количество опрошенных старшего поколения полностью удовлетворены количеством банкоматов в городе и обслуживанием в банке. Однако малую долю все же не устраивает количество банкоматов в своем городе, и это единственный фактор, не удовлетворяющий старшее поколение, что может быть связано с его низкой мобильностью. Следовательно, можно сделать вывод, что с увеличением возраста меняется отношение к займам, с позитивного на негативный.