

Свободная касса, или Как в России не удалась «жизнь взаимы»

УДК 336.77(470+571)

Современное кредитование есть социальная технология безотказного втягивания индивида в систему навязанного потребления. В основе технологии — манипуляция на основе разделения покупки и платежа, что притупляет чувство ответственности и ощущение риска. Кредитование интенсифицирует потребление, способствует максимизации прибылей компаний, но также имитирует желательную социальную структуру общества. Расплата за такие экономические и социальные приписки рано или поздно наступает в виде кризиса потребительского кредитования и массовых социальных дефолтов, что и произошло в России в 2015 г. Связывать эти процессы только с санкциями и той геополитической ситуацией, в которой оказалась сегодня Россия, — иллюзия. Настойчивые сигналы о том, что население набрало слишком много кредитов и это в ближайшей перспективе обернется большими проблемами не только для банков, но и для государства, появились в 2013 г. В 2013 г. о санкциях, Украине и Крыме, грядущих попытках геополитической изоляции России даже речи не шло. Зато эксперты упорно говорили, что, если кредитовать в том же темпе, в 2015 г. могут произойти массовые дефолты по розничным необеспеченным кредитам.

Ключевые слова

Кризис потребительского кредитования, потребительский пессимизм, социальные дефолты, общество потребления в России, показное потребление, бедность и неравенство в России, социальные технологии, средний класс, финансовая дисциплина, санкции.

Автор

Иванова Татьяна Александровна — директор Центра стратегического проектирования корпораций Института экономических стратегий ООН РАН, социолог, футуролог, практикующий консультант в области стратегического менеджмента.

Пустые магазины. Скучные лица продавцов. Хронически свободная касса.

Потребители время от времени появляются, даже приобретают что-то, но без былого огонька. Чаще потенциальные клиенты выглядят как люди, которые не знают наверняка, зачем они зашли в магазин, с какой целью. Возможно, их действия направляет привычка или слабая надежда в кризис найти «вещь мечты» со скидкой в 99%. Бренды все еще привлекают внимание потребителя, но сегодня он должен думать о скучных, тревожных вещах, которые прежде и в голову не приходили: как рассчитать бюджет на месяц, на каких продуктах экономить и что будет с доходами завтра?

В недавнем прошлом от подобных интеллектуальных волнений потребителя избавляли кредитные специалисты, которые

Всякий, кому приходилось жить в бедности, знает, до чего это накладно — быть бедным.

Джеймс Болдуин

разбрасывали кредиты, как конфетти на Новый год, поддерживая атмосферу праздника и вовлекая в систему «жизни взаимовыручки» все новых и новых рекрутов под обещание доступности приобретения пропуска в безоглядное потребление. Сегодня ряды кредитных специалистов серьезно истощились. В торговых залах они исчезающий вид. Банки, еще вчера закрывавшие глаза на реальную финансовую

заемщики сто раз думают прежде, чем обратиться в банк. Кредит больше не кажется решением проблемы. Он сам стал проблемой — практически неразрешимой. И это в России, где и без того сейчас хватает забот.

«А в чем проблемы?»

По данным весенних опросов, россияне все чаще впадают в потребительский пессимизм. В марте 2015 г. 55% рос-

Россияне все чаще впадают в потребительский пессимизм.

состоятельность клиентов ради наращивания их численности, вдруг стали придирчивы к потенциальным заемщикам, а сами

сиян рассказали специалистам ВЦИОМ, что стараются отложить все больше средств на пресловутый «черный день».

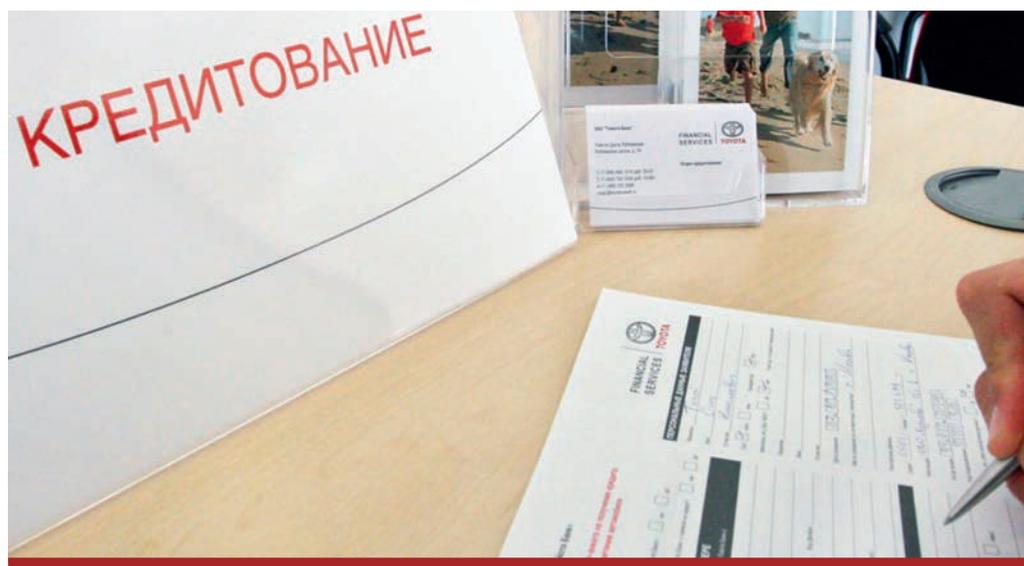


В стране каждый пятый кредит весной не обслуживался в срок, а каждый десятый являлся проблемным, практически безнадежным.

30% сегодня откладывают деньги на случай увольнения (специалисты по управлению личными финансами советуют скопить средства, которых хватило бы на два месяца, а лучше на два года безработицы). Причины вынужденной прижимистости тривиальны: в апреле констатировали, что с начала года инфляция составила 16,9% в годовом исчислении, средний чек в магазинах вырос примерно на треть. При этом оптимизма по поводу грядущего россияне не испытывают — по данным фонда «Общественное мнение», 66% ожидают снижения доходов населения в ближайшие месяцы, а 40% не берутся оценить, укрепится рубль в результате валютного тремора или ослабнет. 82% россиян, по данным ФОМ, уверены, что товары и услуги будут дорожать. Соответственно, придется заняться реструктуризацией потребительской корзины в ситуации снижения реальных доходов. Пессимистические настроения фиксируются и в опросах ВЦИОМ — 63% опасаются дальнейшего роста цен, обесценивания сбережений и дефицита товаров.

Потребительский пессимизм подогревается перспективой массовых социальных дефолтов. Значительная часть россиян не в силах расплачиваться по долгам. В стране каждый пятый кредит весной не обслуживался в срок, а каждый десятый являлся проблемным, практически безнадежным. По данным Центробанка, проблемные долги к марту 2015 г. достигли 1 трлн руб. Пик невозвратов ожидался, разумеется, в августе — месяце для России по всем статьям мистическом.

Уточним — сегодня непогашенные кредиты есть у более чем половины экономически активной части населения страны (у 39,4 млн человек, всего долг населения банкам по состоянию на апрель 2015 г. составлял 10,6 трлн руб.). Настоящие проблемы возникают у тех,



кто должен сразу нескольким банкам: четверть заемщиков обслуживают сразу два кредита, а 18% — три и более (согласно анализу специалистов ОКБ). Эксперты не берутся прогнозировать, чем ситуация обернется для банков, если так пойдет дальше и положение в отечественной экономике не улучшится. Ведь среди причин, по которым заемщики перестают обслуживать кредиты, в первую очередь называются вполне предсказуемые — «ухудшение материального положения» (38%), «потеря работы» (20%), «сокращение зарплаты» (15%, по данным «Секвойи»). Можно предположить, что во всех случаях речь идет о добропорядочных заемщиках, просто попавших в негативный

социальный контекст по вине кризиса в стране и санкций.

Однако связывать глубинные причины кризиса в сфере потребительского (впрочем, теперь ипотечного также) кредитования только с санкциями и той геополитической ситуацией, в которой находится сейчас Россия, было бы иллюзией. Санкции лишь ускорили неизбежное в сфере кредитования — нарастание социальных дефолтов. Настойчивые сигналы о том, что население набрало

слишком много кредитов и это в ближайшей перспективе обернется большими проблемами не только для банков, но и для государства, появились в 2013 г. — тогда россияне заняли у банков 10 трлн руб. В 2013 г. о санкциях, Украине и Крыме, грядущих попытках геополитической изоляции России даже речи не шло. Зато эксперты упорно говорили, что, если кредитовать в том же темпе, в 2015 г. могут произойти массовые дефолты по розничным необеспеченным кредитам.

Кредит как социальная технология

Кредит важен в «системе вещей» общества потребления не только как возможность опережающего пользования вещью без полных

прав обладания. Формирование иррациональных потребностей (на которых держится рост экономики в обществе потребления) не имело бы смысла в условиях объективного ограничения уровнем платежеспособности. Обществу потребления, чтобы бесперебойно функционировать, надо все время расширяться — либо открывать новые национальные рынки, либо интенсифицировать потребление на традиционных рынках — путем кредитования в том числе.

Кредитование также выполняет в обществе потребления важную идеологическую роль. Кредит расширяет границы ситуативной платежеспособности, словно дает потребителю свободу новой социальной идентификации, приобретения новых ценностей и отношений — даже в том случае, когда его реальный материальный статус не соответствует уровню брендов, на покупку которых он претендует. Объективно снятие ограничений платежеспособности с помощью кредита иллюзорно, подвергает индивида в отложенные экономические зависимости.

Зато ощущение свободы выбора и доступности благ здесь и сейчас вполне реально. Для индивида, реализующего здесь и сейчас свое желание купить конкретный продукт, который без кредита был бы ему недоступен, это символ потребительской свободы, освобождение от реального социального статуса в стремлении к более высокому статусу в социуме. Если повышение статуса в обществе потребления принято обозначать опре-

перспективу. А производитель, банк, выдавший кредит, и экономика в целом рисуют себе в отчетность показатели роста (такого же липового по сути, как и иллюзии потребителя).

Кредитование в таком случае есть социальная технология, так как безотказно втягивает индивида в систему обязательного, навязанного потребления. Это достигается манипуляцией, созданной на основе разделения

Санкции лишь ускорили неизбежное в сфере кредитования — нарастание социальных дефолтов.

деленными брендами, то самый короткий путь к более высокому статусу (особенно если другое вообще невозможно) — сразу приобрести статусный бренд. Индивид получает вещь, которую не заработал в экономическом смысле, однако он присваивает ее в смысле социальном и психологическом. С кредитом индивид получает ощущение легкости покупки и осуществления желаний, новую социальную

покупки и платежа, что притупляет чувство ответственности и ощущение риска. Кредитование интенсифицирует потребление, способствуя максимизации прибыли компаний и росту их влияния, а также имитирует желательную социальную структуру общества, что по факту является припиской, на сей раз уже политической.

С точки зрения управления поведением потребителей кредитование в качестве инструмента общества потребления делает индивидов более открытыми для рекламного воздействия, создает иллюзию легкости достижения социальных планок, обозначенных в рекламе. Потребитель субъективно чувствует себя более свободным, однако на деле это та степень несвободы, благодаря которой индивид превращается в нещадно эксплуатируемый ресурс общества потребления. Именно в этом смысле всегда говорили о «кредитной накатке» среднего класса, без которой средний класс именно средним считаться уже не может — ни в России, ни на Западе.

По данным банка *Merrill Lynch*, в октябре 2013 г. долги по кредитам уже имела половина активного населения России. Причем



больше всего кредитов приходилось на малообеспеченные слои населения, которые с помощью кредитов де-факто имитировали социальный статус, актуальное членство в обществе потребления. По результатам исследования, представленным банком, в России наибольшей популярностью пользовались именно потребительские кредиты, а на погашение долгов тратилась примерно половина заработка, что уже критично для всей системы. В 2013 г. в России, по данным Центробанка, был зафиксирован рост задолженности физических лиц по кредитам — кстати, задолженность росла быстрее, чем сами кредиты. Так, по состоянию на 1 августа рост кредитования с начала года составил 17%, а рост просроченной задолженности физических лиц — 26%. В середине лета 2013 г. почти 10% всех потребительских кредитов уже попали в разряд «плохих» («плохими» считаются кредиты, просроченные более чем

на 60 дней в течение последних шести месяцев). Эксперты Центробанка увидели причину такого положения в агрессивной политике банков и в легкомысленности российских заемщиков. В соответствии с данными Национально бюро кредитных историй (НБКИ), к 2013 г. в РФ брали кредит хотя бы раз около 58% граждан в возрасте от 20 до 65 лет. В России даже

Отсутствие финансовой дисциплины — специфика российского должника. Но в этой специфике есть тривиальная подоплека — бедность.

Бедные и импульсивные

Неопытность российских потребителей, агрессивная рекламная атака, предпринятая ведущими мировыми производи-

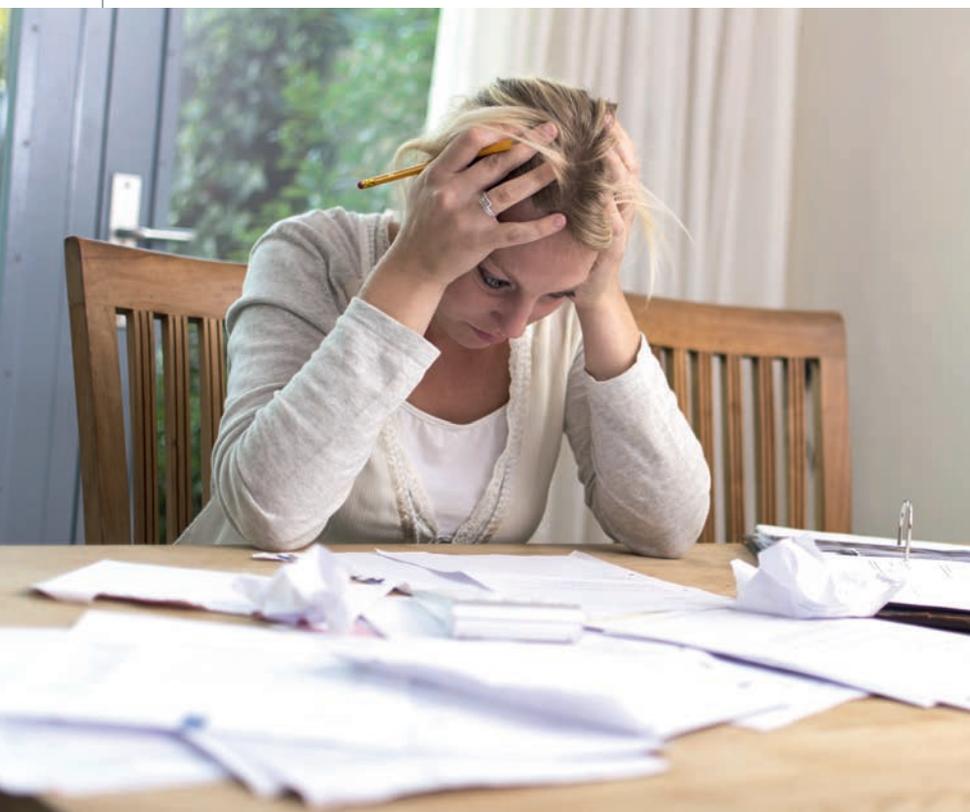
Отсутствие финансовой дисциплины — специфика российского должника. Но в этой специфике есть тривиальная подоплека — бедность. Система легко раздает кредиты, но долгов не прощает.

сформировалась группа «активных должников», которые брали по пять и более кредитов, адекватно не оценив свои возможности их обслуживать (уже в июле 2013 г. их число достигло 450 тыс. человек).

телями на массовое сознание в 1990-х годах, стремительный переход от дефицита к изобилию выбора на фоне тотального падения платежеспособности сформировали в России особый тип потребителя — комплексующего, импульсивного, доверчивого к известным брендам и чрезмерным рекламным обещаниям, готового потреблять на грани своих финансовых возможностей.

Российские потребители обладают всеми признаками интегрированных членов общества потребления — потребление является ядром социальной идентификации, индивиды готовы пойти на кредитование и перекредитование ради роста своего потребительского статуса.

Согласно заявлению Центробанка России, обнародованному в конце 2013 г., россияне задолжали банкам 435 млрд руб., причем существовали проблемы «цивилизованного» урегулирования ситуаций с просроченными кредитами. Более половины этой суммы приходилось на необеспеченные потребительские займы. Отсутствие финансовой дисциплины у потребите-



лей объясняется не только активным снижением доходов в кризис или агрессивным продвижением банковских услуг. Неумение сопоставлять уровень своего дохода с желанным уровнем потребления, импульсивное приобретение вещей, которые пока «не заработали», неумение прогнозировать и справляться с кредитной нагрузкой свойственно индивидам, подчиненным системе символического обмена в обществе потребления.

В 2010 г. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) провела исследование доходов населения. Согласно результатам данного исследования, 90,9% населения балансировало вокруг черты бедности (табл. 1).

В исследовании 2013 г. представлены другие интервалы по сравнению с 2010 г. (табл. 2). Но следует отметить, что интервалы «50 000–75 000» и «свыше 75 000» отсутствуют вовсе, а прожиточный минимум (также по данным Росстата) в 2013 г. составил 7372 руб. Зато кредитные портфели некоторых банков росли со скоростью 50–60% в год.

Обратимся к данным социологического исследования «Бедность и неравенства в современной России: 10 лет спустя» (под руководством академика РАН М.К. Горшкова), которое было проведено Институтом социологии РАН в апреле-мае 2013 г. (в сотрудничестве с Фондом им. Ф. Эберта). Тогда общее количество бедных в России составило около 30%. Средний возраст бедного населения — 40,9 года (как и средний возраст в стране). Среди бедных много людей активного, трудоспособного возраста, словно смирившись со своим положением. Авторы исследования отметили тенденцию ухудшения отношения к бедным. Данный факт они интерпретировали как все

Таблица 1

Распределение населения по размеру среднедушевых денежных доходов в 2010 г.		
Характеристика уровня дохода	Доля населения, %	Уровень дохода, руб./мес.
Крайняя нищета	13,4	Ниже 3422
Нищета	27,8	3422–7400
Перебиваются в бедности	38,8	7400–17 000
Живут выше уровня бедности	10,9	17 000–25 000
Средний достаток	7,3	25 000–50 000
Состоятельные	1,1	50 000–75 000
Богатые	0,7	Свыше 75 000

Источник: данные Росстата за 2010 г.

Таблица 2

Распределение населения по размеру среднедушевых денежных доходов в 2013 г., % к итогу	
Уровень дохода, руб./мес.	Доля населения, %
Ниже 3500	3,8
3500–5000	5,6
5000,1–7000	9,4
7000,1–10 000	14,6
10 000,1–15 000	20,2
15 000,1–25 000	20,2
25 000,1–35 000	10,8
Свыше 35 000	12,1

Источник: данные Росстата за 2013 г.

более равнодушное отношение общества к бедным: представители небедных слоев обвиняли бедных в лени, пристрастии к вредным привычкам, неподобающем поведении, безответственном отношении к воспитанию детей и т.д. В обществе, где ранее бедные своим положением скорее с вызовом гордились («пусть бедный, но честный»), в настоящее время скромные или психологических бонусов не дают. Однако отсутствие средств в России пытаются маскировать, что отлично позволяют делать технологии системы потребления. И это объясняет тенденцию роста просроченных кредитов вне зависимости от кризиса и санкций.

Люди, де-факто относящиеся к бедным слоям, активно включались в показное потребление

— позволяли себе некоторые категории дорогостоящих товаров (как правило, это мобильные телефоны, одежда, бытовая техника, иногда даже автомобили, отдых за границей), привыкли к жизни в долг, а на самом деле опускались все ниже и ниже. Система легко раздает кредиты, но долгов не прощает.

Это отсутствие, так сказать, бытового стратегического мышления также объяснимо. По данным исследования «Бедность и неравенства в современной России: 10 лет спустя», в «светлое будущее», в возможность подняться со «дна» верили все меньше людей с низкими доходами. В середине «нулевых» иллюзий по поводу будущего было гораздо больше. При определении своего места в обществе (по шкале из 10 страт) перед кризисом 2008 г. на пер-

вые (самые нижние) четыре ступени себя ставили 54% бедных. Согласно данным исследования 2013 г., 71% бедных представителей населения РФ причисляли себя к «низам», а 23% считали, что им ниже падать уже некуда. У 40% бедных за последние пять-шесть лет, по их мнению, жизнь только ухудшилась. 43% бедных испытали затруднения при ответе на вопрос о будущем своих детей. Это неверие в позитивное будущее и внутренняя готовность остаться бедным до конца жизни — благодатная почва для формирования социальных практик «жизни одним днем» со стремлением брать то, что предлагает настоящий день со скидкой и в кредит, не думая о возврате долгов завтра. Индустрия рекламы, направленная на погружение потенциальных потребителей в сиюминутный продуктовый соблазн, создает иллюзию простоты и безнаказанности реализации таких потребительских стремлений. Здесь и сейчас бедные стремятся выглядеть и жить «как все», а завтра, как говорила героиня «Унесенных ветром»: это ведь уже

В США привычка раздавать кредиты на покупку особняков безработным и бездомным спровоцировала мировой финансовый кризис.

другой день? Нет, тот же самый. Только с необходимостью вернуть долг.

По данным исследовательского холдинга «Ромир» (июль 2012 г.), с ухудшением экономической ситуации в стране россияне хоть несколько сократили свои траты (в частности, на платные медицинские услуги), но по-прежнему не готовы были экономить на приобретении автомобиля, отдыхе, покупке мобильных устройств и бытовой техники. Насколько сознавали риски и куда смотрели в этот момент банки, активно кредитующие иллюзии клиентов?

Целесообразно также обратиться к данным опроса ВЦИОМ (2013 г.) о тенденциях в сбережениях россиян. Результаты опро-

са обнаружили отсутствие позитивного планирования в сбережениях: большинство копили «на всякий случай», на «черный день», однако на деле, по мнению генерального директора ВЦИОМ В.В. Федорова, «все равно потратят на покупки».

Разница в следующем: в 2013 г. с формулировкой «на черный день» копили 22%, а в 2015 г. — 55%. Налицо жесткий тренд — через снижение социальной планки в аскетизм. И на покупки вряд ли потратят, так как в принципе нечего тратить ни сейчас, ни в достаточно длительной перспективе. После введения санкций уверенный рост по понятным причинам демонстрирует только пищевая индустрия и соответствующий ей ритейл, которые занялись замещением импорта. Во всех остальных сферах — значительное проседание спроса и ожиданий. Стремительно падает интерес к автокредитованию и ипотеке — потребители корректируют планы по улучшению условий жизни и приобретению статусных продуктов.

Два комментария и один смелый вывод

С начала 1990-х годов в России настойчиво насаждался концепт «жизни в долг». На бытовом уровне этот концепт буквально формулировался как «все приличные и умные люди сегодня живут в долг», причем непременно со ссылкой на пример Запада, где «все так живут» и волшебным образом при этом чувствуют. Однако в США привычка раздавать кредиты на покупку особняков безработным и бездомным спровоцировала мировой финансовый кризис. При этом мотивации



и кредиторов, и должников прозрачны. Безработный и бездомный потенциальный должник предполагает пожить некоторое время в приличных условиях, а затем — трава не расти. Что ему терять? Банковский служащий, глядя в глаза такому человеку, в глубине души все прекрасно понимает. Однако, размышляет он, таковы правила игры: топ-менеджмент требует наращивать количество клиентов, а платежеспособные клиенты давно закончились, и эта «машинка» крутится минимум десяток лет. Почему все должно измениться именно сейчас? Что изменится от того, что я выдам кредит этому бедолаге? Я получу годовой бонус, акции моего банка не упадут в цене, бедолага поживет как человек, а его долг поступит на рынок, где будет продан другим финансовым организациям (по факту, как потом признались эксперты, такие долги перепродавались до восьми раз, то есть система годами гоняла туда-сюда воздух). Как выяснилось, такой воздух имеет свойство накапливаться и взрываться.

Второй комментарий связан с переходом на позиции здравого смысла. Всякому разумному наблюдателю понятно, когда кредит берет фермер на приобретение сельскохозяйственной техники и развитие производства. Когда кредит берет человек с зарплатой двадцать тысяч на приобретение смартфона за пятьдесят — сразу ничего не понятно. Привнесение здравого смысла в поведение потребителей и кредитных организаций подразумевает сложный процесс трансформации ценностей в обществе. Разумеется, это проще обсуждать, чем сделать.

Вывод парадоксальным образом возвращает нас к актуальной проблеме санкций в отношении России. Когда-то Запад, чье население погрязло в кредитах и более не могло в достаточной степени обеспечивать спрос, рвался на российский рынок в поисках перспективного пространства жизни для общества потребления, а иногда и просто сбыта лежалого товара. У американского футуролога Брюса

Стерлинга есть такое выражение: «получить крупное вознаграждение без всяких усилий». Именно этим и занимались западные бренды на новом национальном рынке, который позволил им решить многие проблемы. Ради этой высокой цели имитировалась дружба с Россией, а традиционные геополитические претензии были задвинуты на второй план. Показательно, что как только в 2013 г. констатировали нарастание в сфере кредитования готового вот-вот рвануть мыльного пузыря (что однозначно говорит о пределе даже дутой платежеспособности на конкретном национальном рынке), геополитические претензии тут же были извлечены из заветного сейфа и в 2014 г. санкции не заставили себя ждать. Население России ныне также закредитовано, как и население США, посему дружба больше не актуальна. Ситуация с кредитованием вполне могла стать важной деталью, которая легла в пазл аргументации в пользу возрождения старинной геополитической схватки. ■

ПЭС 15061/26.05.2015

Free Cash or How “Life on the Loan” has Failed in Russia

Tatiana Ivanova

The present-day crediting is a social technology of fail-free individual involving in the system of imposed consumption. In the basis of technology there is a manipulation based on separation of purchase and payment, which dulls the sense of responsibility and risk perception. Crediting intensifies consumption, contributes to maximize corporate profits, but also simulates the desired social structure. The price of such economic and social upward distortions, sooner or later, is paid in a form of consumer credit crisis and massive social defaults, which happened in Russia in 2015. It's an illusion to associate these processes only with sanctions and the geopolitical situation in which Russia finds itself today. Persistent symptoms, that the population has gained too much credit and that in the short term it will cause big problems not only for banks but also for the state, appeared in 2013. In 2013 nobody could imagine the sanctions, events in the Ukraine and the Crimea, future attempts of Russia's geopolitical isolation. But experts were persistently saying that, if crediting continues at the same rate, in 2015 massive defaults on unsecured retail loans may occur.

Keywords: consumer credit crisis, consumer pessimism, social defaults, the consumer society in Russia, conspicuous consumption, poverty and inequality in Russia, social technologies, the middle class, financial discipline, sanctions.