

© 2003 г.

Д.О. СТРЕБКОВ

**ПОТРЕБНОСТИ И ПРЕДПОЧТЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ НА
РЫНКЕ КРЕДИТНЫХ УСЛУГ**

*СТРЕБКОВ Денис Олегович – кандидат социологических наук,
преподаватель кафедры экономической социологии Государственного
университета – Высшей школы экономики.*

Финансовое поведение граждан в Советском Союзе на протяжении многих десятилетий было достаточно очевидным и легко предсказуемым. Имевшая место в стране ситуация товарного дефицита не позволяла населению в полной мере реализовывать свои потребности в товарах и услугах, поэтому значительная часть сбережений была вынужденной. Выбор инструментов для их осуществления был крайне ограничен – наличные рубли и Сбербанк. Кредитная система также была недостаточно развита: предприятия через профсоюзные кассы взаимопомощи предлагали своим сотрудникам беспроцентные ссуды, материальную помощь. Следствием всего этого являлся недостаток финансового опыта у основной массы граждан.

Ситуация резко изменилась в 1990-х годах с началом в России экономических реформ. У россиян появилась возможность свободно покупать и продавать иностранную валюту, ценные бумаги, вкладывать

деньги в коммерческие банки. Актуальными стали проблемы эффективности и безопасности вложений. Одновременно увеличилась потребность в кредитах. За 2001 год задолженность населения по кредитам увеличилась с 44,7 до 94,7 млрд. руб., в 2002 году ещё почти на 50 млрд. руб. (около 50% за год). Все большее число банков и других финансовых организаций разрабатывает специальные программы, предлагая физическим лицам кредиты на неотложные нужды, образование, приобретение недвижимости, товаров длительного пользования и т.д.

Рост предложения кредитных услуг российскому населению обусловлен, на наш взгляд, не только институциональными изменениями в экономике и кредитно-финансовой сфере, но и, что гораздо более важно, постепенным изменением у людей ценностно-нормативных установок по отношению к долгу и кредиту. Происходит обращение к западным моделям финансового поведения [1], где благодаря стабильной денежной системе и стабильным законам граждане могут достаточно легко брать кредиты, а при совершении покупок рассчитывать по кредитной карте. Проведенное в 1996 году Институтом социально-экономических проблем народонаселения РАН исследование сберегательного поведения населения (руководители – И. Дискин, Н. Римашевская) показало, что и в России одним из способов трансформации наличных сбережений в инвестиции становится развитие системы кредитования, расширение потребительского и ипотечного кредита [2, с. 80-81].

В настоящее время кредитное поведение населения является предметом изучения различных общественных наук, в первую очередь экономической теории, экономической психологии и экономической социологии, каждая из которых применяет свои теоретические подходы и методы исследования [3-10]. Несмотря на то, что с начала 1990-х годов в России проведено достаточно много социологических исследований

финансового поведения населения, основной акцент в них делался на изучении в первую очередь сберегательного и инвестиционного потенциала граждан. Целью большинства работ было определение предпочитаемых форм хранения денежных средств и мотивов вложения денег в те или иные активы. В то же время долговое и кредитное поведение долгое время оставались в тени, и многие вопросы в этой области остаются до сих пор недостаточно проясненными. В нашей работе основными задачами будут анализ опыта кредитной деятельности граждан, определение склонности населения к заимствованию, выявление основных мотивов получения кредита, а также оценка потребностей в кредитах и структуры спроса на кредитные услуги (размер, процентные ставки, срок возврата).

В качестве источника эмпирических данных используются результаты квартирного опроса домохозяйств в Москве, Самаре, Екатеринбурге, Краснодаре и Пскове, проведенного в конце 2002 г. В каждом домохозяйстве опрашивался один человек (старше 18 лет), принимающий основные финансовые решения. Методом сбора данных являлось личное формализованное интервью. Использовалась маршрутная выборка, общий объем выборочной совокупности составил 976 человек¹. Целью исследования являлось изучение текущего кредитного поведения населения, выявление основных установок по отношению к долгу и оценка перспектив развития кредитной системы в России.

Текущая ситуация на рынке долга и кредита. Результаты исследования показали, что в сложившейся ситуации весьма распространенным в России явлением стала практика неинституциональных кредитов. В

¹ Исследование проведено по программе Независимого института социальной политики (проект №SP-02-2-10), финансируемой из средств Фонда Форда. Полевой этап работ осуществлялся совместно с ООО «Институт ситуационного анализа и новых технологий» (ИСАНТ).

течение последних 3-4 лет 31,6% опрошенных приходилось хотя бы раз брать деньги в долг у своих родственников, а 28,7% – у друзей или знакомых². В то же время опыт получения кредита на предприятии, в банке или другой финансовой организации имеют очень немногие граждане – всего 17,3%. Из них брали кредит в Сбербанке – 3,9%; в коммерческом – 1,3%; в ломбарде – 5,7%; по месту работы – 5,8%; делали покупки в кредит – 5,4%. Услугами кредитных союзов не пользовался никто из опрошенных.

Естественно, что и структура мотивов, целей получения кредита у этих двух категорий населения разная. Те, кто приобретает дорогостоящие вещи для дома (39% среди тех, кто брал деньги в долг и/или кредит) или автомобиль (7%) предпочитают пользоваться услугами кредитных организаций. Те, кому деньги нужны для покупки продуктов, товаров первой необходимости (30%) или на ремонт квартиры (12%) чаще обращаются к родственникам или знакомым. Но есть и такие ситуации, когда одновременно используются и институциональный и неинституциональный кредит. Это лечение кого-то из членов семьи (14%), особые события (свадьба, юбилей, похороны) (11%), получение образования, приобретение недвижимости (по 9%) (см. табл. 1).

Это говорит о том, что потребительское кредитование вышло уже на достаточно высокий уровень. А вот система ипотечного кредитования пока еще недостаточно развита – гражданам трудно получить кредит на всю необходимую сумму, поэтому приходится обращаться за дополнительной помощью к своим близким.

² В исследовании рассматривались только те ситуации, когда долг являлся вынужденным. Иными словами, когда для его возвращения индивиду требовалось получение дополнительного дохода. Исключались ситуации однодневного займа (для совершения какой-либо покупки непосредственно в данный момент), когда заемщик обладал необходимой суммой и мог вернуть ее практически сразу (в этот же день или на следующий день).

На момент опроса денежные долги, непогашенные ссуды, кредиты имелись у **16%** опрошенных домохозяйств, однако более чем у половины из них размер долгов не превышал величины одного среднемесячного дохода семьи. При этом за последний год величина задолженности увеличилась у 29% из этих семей, уменьшилась – у 38%, и не изменилась – у 31%. Таким образом, ситуация с долгами граждан остается достаточно стабильной и не вызывает особых опасений.

Многим россиянам приходилось выступать не только в качестве заемщиков, но и в качестве кредиторов. Более половины опрошенных (56%) в течение последних 3-4 лет сталкивались с ситуацией, когда кто-то из родственников, друзей или знакомых просил у них деньги в долг. При этом 57% из них всегда или почти всегда выручали их в таких случаях, 35% руководствовались конкретными обстоятельствами, и лишь 8% никогда или практически никогда не давали деньги в долг.

Тех, кому приходилось отказывать в предоставлении финансовой помощи своим родным и знакомым ($N=389$), просили обосновать причину этого своего решения. Наиболее значимым здесь оказался *фактор бедности*: у 59% респондентов не было финансовой возможности помочь, а 13% сами нуждались в финансовой помощи. Таким образом, в этом случае и сам респондент, и просящий, вероятнее всего, принадлежали к категории малообеспеченных граждан. На втором месте по значимости оказался *фактор доверия*: 29% давали в долг только самым близким людям, а 17% не вполне доверяли тем, кто к ним обращался. Многих людей не устраивали *конкретные условия*, о которых шла речь: просили слишком большую сумму денег (17%) или просили деньги на достаточно длительный срок (7%). И лишь 3% респондентов заявили, что принципиально никому не одалживают деньги. Следовательно, у россиян в целом нет явной предубежденности против предоставления денег в долг.

Результаты опроса показали, что в российских семьях достаточно широко распространены и крупные денежные трансферты. Многим из тех, кто выступал в качестве кредитора (20%) и заемщика (21%), приходилось, соответственно, давать и брать в долг крупную денежную сумму, превышающую среднемесячный доход их семьи. Вместе с тем, практика предоставления денег в долг под проценты является в современной России чрезвычайно редкой: среди кредиторов об это говорят лишь 3,0%, а среди заемщиков – только 3,5%.

Соответственно, среди тех, кто брал в долг только у родственников или знакомых, 44% не воспользовались услугами специальных кредитных организаций, именно потому, что имели эту альтернативную возможность, и 37% не устраивали высокие банковские проценты. Таким образом, по-видимому, одним из главных факторов, препятствующих развитию системы кредитования в России, будет являться возможность получения неинституционального кредита на гораздо более выгодных финансовых условиях.

На вопрос о том, воспользовались ли бы они возможностью взять кредит, если бы условия его получения их полностью устраивали, положительно ответили **53%** опрошенных. А это означает, что уровень потребности населения в кредите достаточно высок, и граждан останавливают сейчас в основном только высокие проценты и опасения жестких санкций со стороны банка в случае задержки с выплатами. Задумывались о том, чтобы взять кредит на предприятии, в банке или другой финансовой организации **17%** респондентов. А о том, что они действительно планируют в течение ближайших 2-3 лет взять кредит, заявили лишь **12%** граждан.

Мотивация кредитного поведения Характер спроса на те или иные кредитные услуги определяется в первую очередь наличием у населения потребностей в дополнительных денежных средствах и их структурой. Первый шаг в определении этой структуры состоит в анализе

потребностей граждан безотносительно к их желанию или нежеланию брать кредит. Для этого рассмотрим ответы респондентов на вопрос: *«Для каких целей Ваша семья, прежде всего, делает сбережения (или стала бы их делать, если бы была такая возможность)?»*.

Результаты исследования показывают, что основным мотивом осуществления сбережений является приобретение вещей для дома (мебели, бытовой техники и т.п.) – 35%. Около 32% домохозяйств готовы откладывать деньги на оплату лечения кого-то из членов семьи, 31% хотели бы иметь средства на непредвиденный случай, «черный день». Следом идут такие мотивы как расходы на образование кого-то из членов семьи (30%), ремонт квартиры, дома (29%), приобретение недвижимости (27%). Таким образом, нельзя сказать, что в современном российском обществе преобладает какой-либо один тип мотивации: и потребительские, и страховые, и инвестиционные мотивы имеют приблизительно равную распространенность.

Вторым шагом анализа структуры кредитной мотивации является изучение их потребностей в ситуации возможного получения кредита. Полученные результаты несколько отличаются от тех, что были рассмотрены ранее, когда речь шла о мотивах сбережений. Это связано, в первую очередь, с тем, что на данный вопрос отвечали не все респонденты, а лишь те, кто положительно или нейтрально отнесся к самой возможности получения кредита ($N=584$). Кроме того, кредитная деятельность имеет свою особую специфику, когда, в отличие от осуществления сбережений, можно стать обладателем крупной денежной суммы не постепенно, а получить её быстро и целиком, следовательно, появляется возможность удовлетворить самые насущные потребности.

Выделяются пять основных целей получения кредита. Первая из них – приобретение недвижимости или улучшение жилищных условий – её назвали 52% ответивших на вопрос. Следом идут приобретение вещей

для дома (43%), получение образования (37%), лечение кого-то из членов семьи (33%) и ремонт квартиры, дома (32%).

Третий шаг – определение главной, центральной цели возможного получения кредита, которая для домохозяйства является наиболее актуальной, и могла бы быть реализована в первую очередь. Около трети (36%) от всех респондентов, готовых взять кредит на приемлемых для них финансовых условиях, в качестве основной своей цели назвали приобретение недвижимости или улучшение жилищных условий. Достаточно важными являются и такие мотивы как получение образования (16%) или лечение (13%), а также приобретение вещей для дома (10%). Эти четыре позиции в совокупности охватывают 75% всех потребностей населения в кредите, и именно на них финансовым организациям в первую очередь следует ориентироваться при разработке кредитных программ.

Предпочитаемый размер и срок получения кредита В зависимости от цели получения кредита заемщик определяет его размер и планирует срок погашения. Наибольший размер кредита называют те, кто хотел бы вложить деньги *в собственный бизнес, в своё предприятие*: 15-20 тыс. долларов США (см. табл. 2). Средний срок погашения кредита составляет в этом случае 3-4 года. Возвращая долг, эти граждане предполагают выплачивать ежемесячно по 400-500 долларов США (без учета процентов). И данный показатель является самым высоким среди всех потенциальных заёмщиков.

Наиболее многочисленная группа – те, кто хотел бы приобрести *недвижимость* – рассчитывают в среднем на сумму 12-15 тыс. долларов США на срок 7-8 лет (размер ежемесячных выплат – около 200 долларов США). Граждане, имеющие потребность в *образовательном* кредите, ориентируются на 2,5-3,5 тыс. долларов США и на срок от 4 до 5 лет (100-120 долларов США ежемесячно). Кредит на лечение и потребительский кредит (приобретение вещей для дома): в среднем

требуют 1,0-1,5 тыс. долларов США на 3 года (около 50 долларов США ежемесячно).

Поскольку расходы на улучшение жилищных условий, ремонт квартиры, приобретение автомобиля требуют больших денежных затрат, такой кредит могут позволить себе взять лишь граждане с достаточно высоким уровнем дохода. И действительно совокупный месячный доход семьи в этих подгруппах составляет 8,5-9,0 тыс. рублей. Выше только у тех, кто планирует вкладывать деньги в собственный бизнес – 10 тыс. рублей. В то же время у домохозяйств, рассматривающих в качестве главной цели взятия кредита получение образования или приобретение вещей для дома, месячный доход семьи значительно ниже – 6,5 тыс. рублей. И совсем маленький доход у тех, кому дополнительные денежные средства могут понадобиться на лечение – всего 4,5 тыс. рублей.

Процент по кредиту. Большинство людей, даже не обладая специальным экономическим образованием, понимает, что денежные ссуды не могут выдаваться бесплатно, существует некоторый "оправданный" процент по кредиту, однако его величина разными гражданами оценивается по-разному. В случае получения ссуды в рублях лишь 2% опрошенных считают "оправданными" финансовые условия в размере 25% годовых. При уменьшении величины процента по кредиту доля людей, оценивающих его как "справедливый" постепенно возрастает. При этом возникают особые торги переключения – такие процентные ставки, при которых происходит существенное изменение доли людей, считающих данные финансовые условия оправданными. При достижении величины 18% годовых число согласных возрастает с 8 до 14%, для 14% – с 19 до 25%, для 10% – с 30 до 41% и для 9% годовых – с 41 до 52%.

Точно такие же точки переключения зафиксированы и для величины процентной ставки, которую человек был бы **готов заплатить**, если бы он решил взять кредит в банке или другой финансовой

организации. Восемнадцать процентов годовых считают для себя допустимым 8% опрошенных, 14 процентов – 17%, 10 процентов – 29%, и 9 процентов годовых – 42% респондентов. Медианное значение в этом случае равно 6% годовых.

Видно, что эти цифры значительно ниже тех, которые назывались в том случае, когда речь шла об «оправданном» проценте по кредиту. Всего лишь 15% респондентов готовы платить за кредит больше того процента, который они считают оправданным, в то время как 32% в случае получения кредита согласны только на процентные ставки ниже «оправданного» процента. И этот факт является своеобразным указанием на их некредитоспособность, которую они сами осознают и признают.

Между тем, реальные банковские процентные ставки по кредиту осенью 2002 г., когда проходил опрос, значительно превышали тот порог, который большинство граждан считало для себя допустимым. Кредит в рублях выдавался под 22-25% годовых, а кредит в валюте – под 12-15% годовых. В марте 2003 г. произошло значимое уменьшение процентных ставок Сберегательным банком России по рублевым кредитам с 23 до 18%, а чуть ранее, в январе 2003 г. по валютным – с 12 до 11% годовых (на приобретение, строительство и реконструкцию объектов недвижимости – самый востребованный вид кредита). Таким образом, была преодолена первая точка переключения, а это значит, что спрос со стороны населения на кредитные услуги банков в ближайшее время может значимо возрасти.

Критерии выбора финансовой организации. Большинство граждан, планируя взять кредит, обращают внимание, прежде всего, на предлагаемые им финансовые условия. При этом важнейшим из них, безусловно, является *размер процентных ставок* – его значимость подчеркивают практически все без исключения респонденты (см. табл. 3). Следом идёт возможность *изменения сроков* кредитного договора, причём как в большую (продление), так и в меньшую (досрочное погашение)

сторону. Около двух третей опрошенных обращают внимание на требования, предъявляемые к *доходу*, необходимость предоставления *залога* и *срок оформления* кредита.

Однако немаловажную роль при выборе финансовой организации играют и другие факторы, не связанные непосредственно с условиями получения кредита. Основным из них является *надежность* организации, которая у большинства граждан (и в первую очередь у тех, кто хотел бы взять кредит, но пока не планирует делать этого – см. табл. 4) напрямую ассоциируется с уровнем *государственной поддержки*. Столь же значимыми являются *наличие скидок и системы льгот* и *понятность условий получения кредита*.

Все эти параметры, в той или иной степени, характеризуют *безопасность* осуществляемых гражданами финансовых операций. Надежность означает, что банком в одностороннем порядке не будут изменяться условия кредитного договора. Государственная поддержка является гарантией того, что в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств на заемщика не будут наложены непосильные штрафные санкции (конфискация имущества и т.п.). Понятность условий кредита обеспечивает предсказуемость будущих выплат процентов и погашения долга. Система скидок и льгот позволяет получить кредит, имея не слишком высокий уровень дохода, на более выгодных финансовых условиях.

Причины сомнений или нежелания брать кредит. Несмотря на ряд преимуществ, которые открывает перед гражданами возможность получения денежных средств в кредит, подавляющее большинство респондентов не собираются в ближайшие несколько лет пользоваться этими возможностями.

Основной причиной такого отношения к кредит, является низкий уровень их текущего дохода – об этом говорят 35% опрошенных. При этом данное основание единственное, которое одинаково широко

распространено как среди тех, кто в принципе хотел бы взять кредит, так и среди тех, кто не желает этого делать (см. табл. 5).

Остальные причины дифференцированы в зависимости от позиции респондента. Их можно объединить в четыре основные группы :

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 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, а также недостаток информации).

Таким образом, для того, чтобы сделать кредит доступным массовому потребителю, можно действовать в различных направлениях. *Одним* из этих направлений является более активная региональная политика, расширение спектра кредитных услуг, повышение уровня информированности населения. Это поможет привлечь новых людей, которые пока еще не задумывались о получении кредита. *Во-вторых*, необходимо обеспечение финансовой безопасности, как кредиторов, так и заёмщиков. Для этого нужно совершенствовать имеющуюся законодательную базу. *В-третьих*, позитивный эффект может быть получен в результате снижения требований к заёмщикам, упрощения и

ускорения процедуры получения кредита. Здесь важную роль должно сыграть создание кредитных бюро, контролирующих кредитную историю заемщика и дальнейшие действия государства по легализации доходов граждан. Наконец, *в-четвертых*, большая доступность кредита может быть достигнута путем стабилизации экономической ситуации в стране – уменьшении уровня инфляции, увеличении реальных доходов граждан и т.п., что, в свою очередь, скажется на укреплении уверенности граждан в завтрашнем дне.

Заключение

Таким образом результаты исследования показывают, что значительная часть российских граждан испытывает потребность в получении «дешевого» потребительского кредита и расширении спектра кредитных услуг. С одной стороны, это граждане со средним уровнем дохода – для осуществления дорогостоящих покупок, организации малого бизнеса они ориентируются на относительно крупные средне- и долгосрочные займы. С другой, – потенциальными заёмщиками являются и малообеспеченные слои населения, которым кредит нужен для поддержания уровня жизни на приемлемом уровне, для оплаты медицинских услуг. Они испытывают потребность, преимущественно, в мелких краткосрочных займах. Однако многие из этих людей не берут деньги в долг не потому, что не могут реально этого сделать, а потому что боятся, что не смогут вернуть их в будущем.

Финансовыми институтами, способными составить реальную альтернативу банкам на этом сегменте рынка, могли бы стать общества взаимного кредитования или кредитные союзы. Эти организации могут предложить своим вкладчикам более высокие проценты по сбережениям и более низкие проценты по выдаче кредитов, так как здесь существенно сокращен уровень накладных расходов. А цена получения кредита практически для всех потенциальных заёмщиков является важнейшим параметром, который принимается во внимание в первую очередь.

Обычно такие союзы объединяют членов какого-либо профессионального сообщества, работников одного или группы предприятий, членов одной религиозной организации. Достаточно широко распространены территориальные кредитные союзы. Организация такого типа позволяет достаточно эффективно осуществлять контроль над выдачей финансовых средств и свести к минимуму возможные риски.

Однако здесь существуют две основные проблемы. Во-первых, и о самом существовании таких организаций, и об основных принципах их функционирования подавляющему большинству граждан ничего не известно. Никто из опрошенных сам не участвовал в деятельности подобных объединений. Поэтому здесь требуется проведение специальной разъяснительной политики. Во-вторых, граждане рассматривают частные финансовые объединения как чрезвычайно рискованные. Люди проявляют готовность сотрудничать только с организациями, имеющими государственную поддержку. В этой ситуации государство могло бы взять на себя функции контроля и координации деятельности кредитных союзов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Климова С.Г.* Деньги. Аналитический обзор по результатам панельного исследования ФОМ «Язык реформ». 2001, 23 марта. [online] URL: <www.fom.ru>.
2. Сбережения населения Российской Федерации. Аналитический доклад. М.: ООО Фирма «Инфограф», 1997. С. 104.
3. *Modigliani F.* Life cycle, individual thrift and the wealth of nations // Nobel lectures: economic sciences (1981-1990) / Ed. by K.-G. Maler. Singapore etc: World Scientific, 1992. P. 150-171.
4. *Lea S.E.G., Webley P., Levine R.M.* The economic psychology of consume debt // Journal of economic psychology. 1993. Vol. 14. P. 85-119.

5. *Лунт П.* Психологические подходы к потреблению: вчера, сегодня, завтра // *Иностранная психология.* 1997. №9. С. 8-16. [online]
URL: <<http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/lunt0.htm>>.
6. *Тапилина В.С., Богомолова Т.Ю.* Кто на что тратит... Финансовое поведение домохозяйств // *ЭКО.* 1998. №10. С. 119-128.
7. *Gunnarsson J., Wahlund R.* Household financial strategies in Sweden: An exploratory study // *Journal of economic psychology.* 1997. Vol. 18. P. 201-233.
8. *Lea S.E.G., Webley P., Walker C.M.* Psychological factors in consume debt: Money management, economic socialization, and credit use // *Journal of economic psychology.* 1995. Vol. 16. P. 681-701.
9. *Furnham A., Argyle M.* *The psychology of money.* Routledge, 1998.
10. *Ingham G.* Capitalism, money and banking: A critique of recent historical sociology // *British Journal of Sociology.* 1999. Vol. 50. No. 1. P. 76-96.

Таблица 1

Наиболее важные условия получения кредита, (%)

Условия	Всего	Отношение к кредиту		
		Планируют взять кредит	Хотели бы взять кредит, но пока не планируют	Не собираются брать кредит
	<i>N = 976 (100%)</i>	<i>N = 114 (12%)</i>	<i>N = 470 (48%)</i>	<i>N = 392 (40%)</i>
Размер процента по кредиту	96	99	96	96
Возможность досрочного погашения по низким ставкам	78	85	78	74
Возможность продления срока кредитного договора	78	75	82	72
Требования, предъявляемые к доходу	66	68	71	58
Необходимость предоставления залога	65	65	68	60
Срок оформления кредита	62	67	63	59
Размер максимальной суммы кредита	55	77	57	43
Требования, предъявляемые к поручителям	54	65	55	50

Таблица 4

Критерии выбора финансовой организации (%)

Критерии	Всего	Отношение к кредиту		
		Планируют взять кредит	Хотели бы взять кредит, но пока не планируют	Не собираются брать кредит
		<i>N = 976 (100%)</i>	<i>N = 114 (12%)</i>	<i>N = 470 (48%)</i>
Надежность финансовой организации	54	57	65	41
Наличие скидок и системы льгот	47	58	56	33
Поддержка организации со стороны государства	40	39	48	32
Понятность условий получения кредита	30	39	37	19
Известность организации	20	31	24	13
Время существования организации на рынке	19	30	22	11
Личные связи, знакомство с кем-то из сотрудников	14	17	17	10
Профессионализм работников организации	14	22	17	8
Возможность бесплатной консультации у специалистов	13	20	15	8
Информационная открытость деятельности	12	28	11	9
Длительный опыт взаимодействия с данной организацией	9	15	11	5
Близость офиса организации от дома или работы	7	9	7	5
Личность управляющего фин. организацией	3	1	3	3
Не стал бы брать кредит в фин. Организации	16	0	3	35
Затрудняюсь ответить	2	0	1	4