

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

УДК 336.77:330.567.22

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ: СУЩНОСТЬ И СЛЕДСТВИЯ

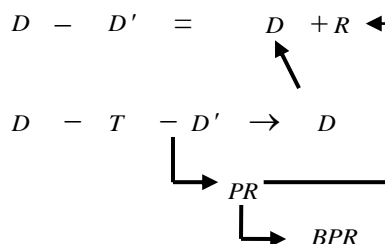
В.А. Петрищев

Тверской государственный университет
Экономический факультет

Рассмотрена природа потребительского кредита как ростовщического в отличие от ссудного (предпринимательского) кредита. Показана динамика объемов совокупного и индивидуального спроса при массовом использовании потребительского кредита, а также деформация структуры потребностей заемщика.

Ключевые слова: предпринимательский кредит, потребительский кредит, ипотека, автокредит, ставка процента, динамика совокупного спроса, динамика предельной полезности благ, деформация структуры индивидуального спроса.

Природа кредитных отношений существенно различна для предпринимателя и для потребителя. Беря кредит, покупая деньги (D) у их собственника, предприниматель превращает их в капитал, который, как правило, приносит прибыль (PR). Часть прибыли предприниматель отдает кредитору в виде процента (R), возвращает ему же первоначальную сумму, а вторая часть прибыли образует предпринимательский доход (BPR). Это известное определение ссудного капитала. Поясним его на рис. 1.



Р и с . 1. Процессы и результаты ссудного кредита

Такой кредит способствует развитию экономики, ее росту, если, конечно его представляют не банки – монополисты, а конкурирующие продавцы денег (капитала).

Нечто иное представляют собой отношения потребительского кредита. Для собственника денег здесь нет никакой разницы: как и в ссудном кредите, их движение идет по формуле $D - D' = D + R$. Однако купил деньги не предприниматель для производства прибыли, а потребитель, который на занятые деньги купит благо (квартиру, автомобиль и т.д.). Это благо будет использовано как предмет потребления, а не средство производства прибыли.

Каким же образом потребитель, взявший кредит, затем на него купивший предмет потребления и приступивший к его использованию (в этом смысле к уничтожению), вернет взятые в кредит деньги (D) с процентом? Ответ очевиден – из будущих доходов, полученных не от использования приобретенного в кредит блага, а, как правило, из будущей заработной платы. Стало быть, уже здесь ясно, что потребительский кредит в отличие от ссудного есть ростовщический.

Далее нас интересует не тот, кто занимается ростовщичеством, а кто берет этот кредит, на каких условиях, и каковы его следствия для заемщика и для экономики страны.

Вначале необходимо уточнить условия потребительского (ростовщического) кредита. В 2007 году двухкомнатная квартира в России стоила около 2,84 млн. рублей [3, с. 22]. При первоначальном взносе в 30% от этой суммы, размер кредита должен составить около 2 млн. руб. При сроке кредита в 20 лет ставка процентов реально составляла 20% (с учетом комиссии и прочих платежей банку) [1, с. 4]. В таком случае сумма выплат по кредиту составит около 2 млн. рублей, а с учетом оформления кредита – не менее 2,5 млн. рублей. При неустойке в Сбербанке берется 0,5% от суммы просроченного платежа за каждый день [1, с. 4]. Получается годовая ставка просроченного платежа в размере 180%. Поскольку в среднем она также имеет место, то реально общая сумма квартиры, имеющая рыночную цену в 2,4 млн. рублей, обойдется заемщику примерно в два, два с половиной раза дороже.

Когда государство оказывает поддержку заемщику по ипотеке, то по форме – это создание большей привлекательности для заемщиков, а по существу – перекачка собранных с населения налогов частично в пользу заемщиков, а частично – ростовщиков, которым тем самым еще создается и повышенный спрос на их «услугу».

Аналогичный вывод о двукратном увеличении платежа за благо при его приобретении в кредит относится и к автокредиту, где ставка процента несколько выше, чем по ипотеке (что может быть следствием того, что по ипотеке часть квартир заберет ростовщик у неплатежеспособных заемщиков).

Потребительский кредит берут в основном те, у кого платежеспособность средняя или ниже средней. Месячный доход в виде

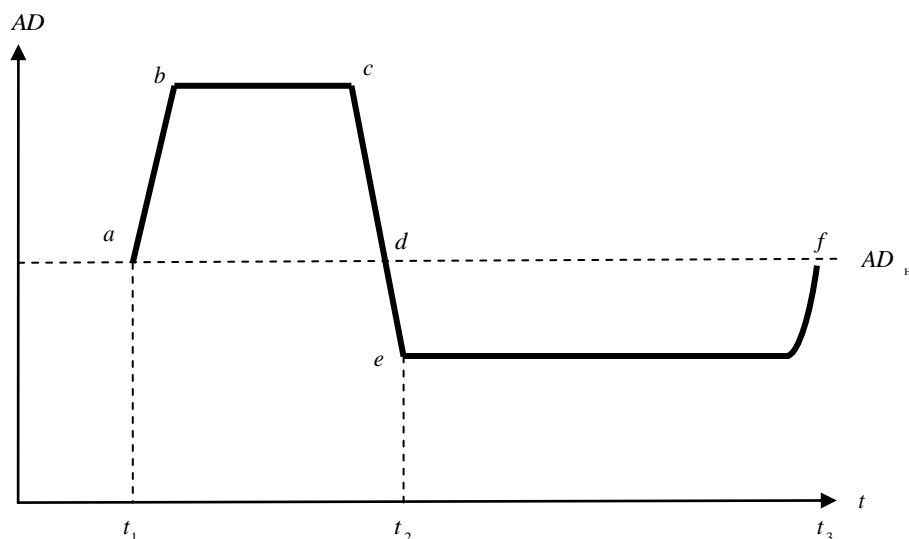
средней по стране заработной платы при двух работающих в семье составляет около 30 тыс. рублей, а ежемесячные взносы на погашение кредита по ипотеке за двухкомнатную квартиру равны около 25 тыс. рублей в месяц [3, с. 22]. Таким образом, фактически потребительский кредит могут брать лишь те, у кого месячный доход на семью составляет не менее 50 тысяч рублей. Если доход семьи менее 50 тысяч руб. в месяц, то банк рискует получить «невозврат», а заемщик вообще поступает «на авось».

При таких условиях кредитования рациональнее вместо автокредита собрать за два года сумму в 500 тыс. рублей и купить автомобиль по этой рыночной цене, чем «здесь и сейчас» взять эту сумму в кредит и за четыре года выплатить за этот автомобиль сумму в два раза большую.

Другое дело – ипотека, жилье. Находясь в безвыходном положении, т.е. в необходимости собирать 10 лет сумму в 2,84 млн. рублей (которая за этот срок будет инфляцирована) и жить неведомо где, человек вынужден идти к ростовщику (брать ипотечный кредит), чтобы, купив квартиру, в течение 20 лет выплатить 5, 7 млн. рублей за то, что стоит в данный момент в два раза меньше. Иначе говоря, для увеличения потребления в текущем периоде посредством «услуг» ростовщика, необходимо использовать будущие ресурсы (доходы). «Фактически западный мир приступил к систематическому использованию ресурсов будущих поколений ради максимизации текущего потребления» [2, с. 17].

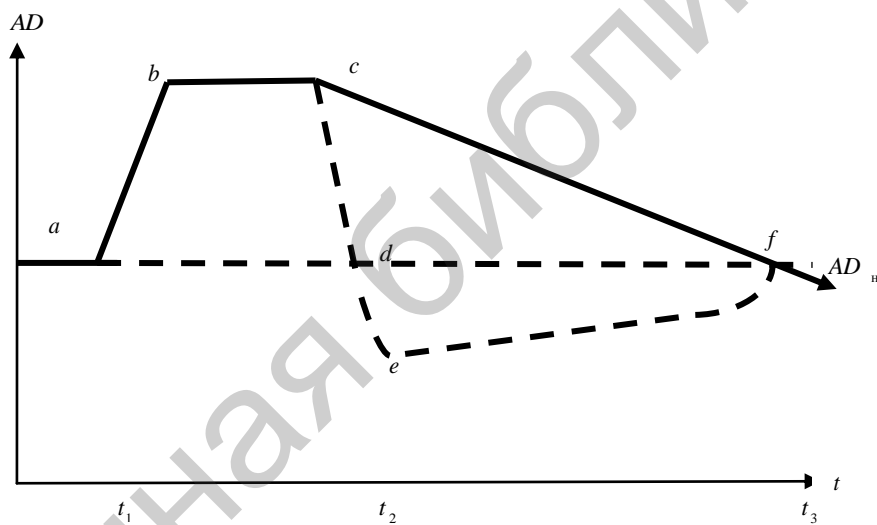
На макроэкономическом уровне вся совокупность потребительского кредита, если его представить как взятый в одном временном периоде (например, за год), может быть изображена графически как резкий подъем совокупного спроса (AD) с последующим быстрым его спадом ниже обычного, «безкредитного» объема спроса (AD_0) и возвращением к нему как нормальному через n лет (рис. 2).

Объем спроса, увеличивающийся благодаря потребительскому кредиту с точки « a » до точки « b » и за год продержавшийся до точки « c », а затем снизившийся до « e » из-за прекращения потребительского кредита (чтобы в чистом виде отразить динамику AD) показывает, что площадь « $abcd$ » будет в два раза меньше, чем площадь « def », отражающая падение совокупного спроса. Разность этих площадей отражает «переплату» за товар, приобретенный в кредит, т.е. дань общества ростовщикам.



Р и с . 2. Динамика совокупного спроса при использовании потребительского кредита

Можно, конечно, представить вариант «бесконечного» потребительского кредитования для подъема AD , более того – вариант расширения объемов такого кредитования, чтобы «погасить» падение AD из-за того, что будущие доходы (и спрос) частично ушли ростовщикам. Но в таком варианте гонки потребительского кредита, падение AD все равно неизбежно, оно только будет растянуто (рис. 3).



Р и с . 3. Динамика совокупного спроса при постоянном использовании потребительского кредита

Сколько бы не «подогревался» совокупный спрос на предметы потребления кредитованием их покупок, он неизбежно после «всплеска» будет снижаться, так как часть спроса всегда «уводят»

ростовщики. И чем больше будет расти потребительский кредит, тем быстрее будет падение AD . Это тупик в экономическом развитии.

Но может быть эти макроэкономические негативы компенсируются выгодами заемщиков, даже при переплате ими за товары, которые стали для них доступны благодаря потребительскому кредиту?

Ответ на этот вопрос отрицательный. Выгодно это только для ростовщиков, а у заемщиков неизбежно происходит деформация удовлетворения их потребностей:

1) потребность, которая удовлетворяется благом, купленным по кредиту, перестает быть насущной, а само это благо, говоря языком микроэкономики, получает минимальную предельную полезность (MU стремится к нулю). Например, MU по автомобилю у потребителя была равна 90% (это степень неудовлетворения потребности), а стала равна 5%;

2) по всем другим потребностям и благам из-за перераспределения дохода в пользу «прокредитованного» блага, происходит рост MU . Например, после автокредита MU по продуктам питания стала 40%, а была 20%. Или, говоря бытовым языком, взяв автокредит, надо «экономить» на одежде, питании, детях и т.д.;

3) так как благо, взятое в кредит, фактически обходится примерно в два раза дороже, чем его рыночная цена, то MU всех благ у потребителя, «втянутого» в кредит, будет расти (как в примере с ростом MU продуктов питания от 40% до 50%). В итоге рост удовлетворения одной потребности ведет к ущемлению удовлетворения всех других потребностей.

Таким образом, кажущаяся возможность покупать больше, чем заработал, посредством потребительского кредита, на самом деле есть атавизм ростовщичества. На микро и макроуровнях оно ведет в конечном счете к торможению роста экономики и деформации в воспроизводстве способностей к труду наемных работников. Только в одном исключительном варианте потребительский кредит может быть «выгоден» для заемщика – 1) при огромном уровне инфляции, 2) без повышения процентов по кредиту, 3) росте номинальной заработной платы соответственно уровню инфляции. Тогда потери от инфляции перекладываются на ростовщиков. Отдельные примеры такого варианта можно было наблюдать в России в 1992 – 1994 годах.

Есть еще одно обстоятельство, оправдывающее заемщика потребительского кредита. Это такая неудовлетворенность его сверхнасущной потребности, которая лишает его всякого будущего, и потому он должен взять у ростовщика средства для удовлетворения этой потребности, чтобы выжить хоть какое-то время.

В конечном счете, жить в долг – это экономический тупик. Можно согласиться с тем, что «давать некоторым возможность покупать больше, чем они зарабатывают есть, в сущности, преступление, сравнимое с воровством» [4, с. 169]. Воровством со стороны ростовщиков.

В настоящее время обнаружилось, что многие страны ЕС живут в условиях громадного государственного долга, а для их «спасения» им предлагается (предоставляется) «помощь». Спрашивается: куда потрачены займы – на развитие производства (ресурсов) или на потребление (проедание)? И если новую «помощь» они будут расходовать не на предпринимательскую деятельность по развитию экономики, а на потребление – проедание, но новая «помощь» перейдет в рост непогашаемых долговых обязательств стран, принявших «помощь».

Список литературы

1. Комсомольская Правда, 2010, 12.18.08. – С.4
2. Кушлин В. Посткризисная экономика: управление развитием // Экономист, 2010, №6. – С 14 – 24.
3. Николаева Е.Е. Деформации в распределительных отношениях // Вестник Ивановского государственного университета, 2010, Серия «Экономика», вып. 5. – С. 14 -23.
4. Хайек Ф. Частные деньги. – М.: Институт национальной модели экономики, 1996. – 229 с.

CONSUMER LOAN: ESSENCE AND CONSEQUENCES

V.A. Petrishev

Tver State University
Economic department

The author considers the essence of consumer loan as a usurious credit rather than a business sector credit. The article demonstrates the dynamic of aggregate and individual demand volume and the deformation of consumer needs structure while mass using consumer loans.

Keywords: *business sector credit, consumer loan, mortgage loan, auto loan, interest rate, the dynamic of aggregated demand, the dynamic of goods marginal utility, deformation of consumer needs structure.*

Об авторах:

ПЕТРИЩЕВ Виктор Александрович – доктор экономических наук, профессор, кафедры экономической теории Тверского госуниверситета, e-mail: economteor@tversu.ru