

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-6-100-105
УДК 336.774(045)

Хищническое кредитование в России: данные опроса

Н.Д. Фролова

Институт экономики Российской академии наук, Москва, Россия
<https://orcid.org/0000-0002-3696-2688>

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется проблема распространения практик хищнического потребительского кредитования в российских коммерческих банках. Актуальность данной темы обуславливается крайне негативными последствиями: увеличением социального неравенства и социальной напряженности, замедлением роста национальной экономики и др. В статье приведены результаты опроса, подтверждающие широкое распространение приемов недобросовестного кредитования в практике коммерческих банков. Автор выдвигает гипотезу о том, что к основным причинам распространения хищнического кредитования относится повсеместное использование системы мотивации банковского персонала, ориентированное на выполнение плана продаж отдельных банковских продуктов, и жесткое управление, что характерно для российского менеджмента. В статье предложены рекомендации по противодействию распространению практик хищнического кредитования. Она может быть полезна для исследователей, интересующихся проблематикой банковского кредитования, банковских сотрудников, служащих ЦБ и других надзорных органов.

Ключевые слова: хищническое кредитование; недобросовестные продажи; риск недобросовестного поведения; мисселинг; потребительское кредитование; результаты опроса

Для цитирования: Фролова Н.Д. Хищническое кредитование в России: данные опроса. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2021;11(6):100-105. DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-6-100-105

ORIGINAL PAPER

Predatory Lending in Russia: Survey Data

N.D. Frolova

Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0000-0002-3696-2688>

ABSTRACT

In this paper, the author explores the problem of the expansion of predatory consumer lending practices in Russian commercial banks. The relevance of the problem of predatory lending is due to the highly negative consequences of its spread, which include an increase in social inequality, excessive growth of the debt burden of the population, the slowdown of national economic growth, the growth of social tensions. The article presents the results of a survey confirming the widespread practices of unscrupulous lending in the practice of commercial banks. The author hypothesizes that the main reasons for the spread of predatory lending include the widespread use of bank staff motivation systems, focused on the fulfilment of the sales plan for individual bank products, and the rigid management characteristic of Russian management. The article offers recommendations for counteracting the spread of predatory lending practices. The article may be helpful for researchers interested in the problems of bank lending, bank employees, employees of the Central Bank and other supervisory bodies.

Keywords: predatory lending; unfair sales; risk of dishonest behaviour; misselling; consumer lending; survey results

For citation: Frolova N.D. Predatory lending in Russia: Survey data. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2021;11(6):100-105. (In Russ.). DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-6-100-105

ВВЕДЕНИЕ

В экономической литературе не существует единого подхода к определению хищнического кредитования (далее — ХК). Под хищническим кредитованием понимаются «метод кредитования, способствующий чрезмерному обременению заемщиков, ведущему к утрате имеющихся у заемщика накоплений и других активов» [1] и потребительские кредиты, соответствующие хотя бы одной из следующих характеристик: агрессивный маркетинг, пренебрежительное отношение к оценке платежеспособности заемщика, высокие процентные ставки, расходы, не приносящие пользы заемщику, штрафы за досрочное погашение или некорректный учет рисков [2]. Суть ХК в том, что кредитор, преследуя цель максимизации прибыли, навязывает заемщику заведомо невыгодные условия. К признакам ХК также относятся затруднительная для понимания заемщиком подача информации, навязывание дополнительных продуктов, втягивание в «долговую яму». Доказать тот факт, что банк склонен к ХК, проблематично, однако распространенность хищнических практик уже вызывает обеспокоенность надзорных органов [3]. Сейчас ХК редко является сверхдорогим, если оценивать кредит по процентной ставке или полной стоимости, но с учетом навязанных услуг расходы заемщика существенно возрастают, что ведет к чрезмерному обременению. При чрезмерной долговой нагрузке покупательская способность населения падает, происходит сокращение потребительского спроса, увеличивается неравенство доходов, что негативно сказывается на экономическом росте [4], сокращает возможности населения по инвестированию в человеческий капитал [5].

Как отмечалось на страницах данного журнала, потребительское кредитование в условиях недостаточной осведомленности заемщиков (а это один из признаков ХК) «ведет к возникновению социальных рисков неисполнения долговых обязательств, снижению уровня жизни, несоблюдению принципа равенства возможностей граждан» [6]. Нобелевский лауреат Дж. Стиглиц относит ХК к одному из механизмов «получения богатства путем эксплуатации» [7], усугубляющему социальное неравенство за счет перераспределения доходов в пользу наиболее богатых и малочисленных слоев населения.

С целью оценки распространенности практик ХК в России в сети Интернет в период с 23 августа по 12 сентября 2021 г. был проведен социологический опрос: «К вопросу о недобросовестном кредитовании в российских банках».

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

В опросе участвовал 131 чел. Наибольшая часть опрошенных, 94 чел. (71,8%), имели опыт использования кредитных продуктов коммерческих банков. Результаты опроса свидетельствуют, что наиболее популярен среди потребителей кредитных услуг Сбербанк России, на втором месте — Тинькофф Банк, на третьем — ВТБ и Альфа Банк (рис. 1).

Современные исследователи отмечают, что в российских коммерческих банках распространена практика навязывания страховых услуг при оформлении кредитных продуктов [8, 9], что подтверждается результатами проведенного опроса. Среди респондентов, пользовавшихся кредитами, 44% отметили, что для них оформление страховки было обязательно, из них 76% сообщили об отсутствии права выбора страховой компании, 23% респондентов, имеющих опыт кредитования, указали, что страхование не было обязательным, однако банковские сотрудники настаивали на его оформлении (рис. 2). Отметим, что 76% респондентов не считают для себя полезным оформление страхования при получении кредита.

Наиболее сложно выявить такие признаки ХК, как искажение информации или предоставление неполных сведений о кредитном продукте. Большинство (60%) респондентов высоко оценивают качество консультаций, но 30% отметили, что объяснения сотрудника были сложными и запутанными, 7% указали на неполноту полученной информации и 3% подчеркнули, что информация о кредитном продукте была искажена (рис. 3).

Банки активно используют техники перекрестных продаж, — предполагается, что с их помощью подбираются услуги, отвечающие интересам клиентов. На практике же сотрудники, обслуживающие клиентов (front-office), имеют установленные планы продаж банковских продуктов, от выполнения которых зависит их доход, и предлагают те продукты, которые необходимо продвигать для выполнения плана. Для оценки механизма перекрестных продаж в анкете был предусмотрен ряд вопросов. 67% респондентов указали, что им предлагали дополнительный банковский продукт, из них 35% согласились на его оформление; 64% согласившихся не считают дополнительную услугу полезной и отметили, что в связи с ее оформлением понесли дополнительные расходы. Наиболее часто в качестве дополнительного продукта предлагают кредитные карты. Характерный признак ХК — предоставление кредита несоразмерного платежеспособности заемщика. Респонденты оценили работу банков по учету долговой нагрузки следующим образом:

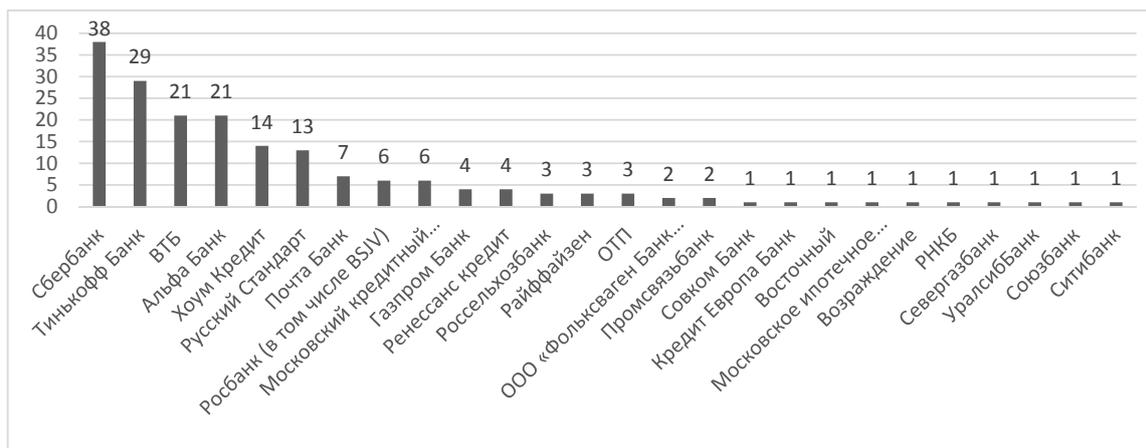


Рис. 1 / Fig. 1. **Банки, кредитными продуктами которых пользовались респонденты (количество человек) / Banks whose credit products were used by respondents (number of people)**

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

Примечание: респонденты могли отметить несколько банков и указать банк, не предложенный в списке ответов / Note: respondents could have checked several banks and indicated a bank not suggested in the answer list.

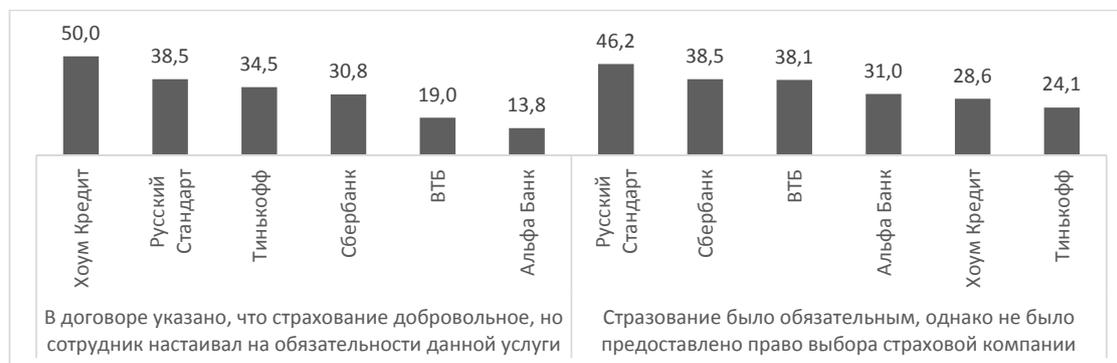


Рис. 2 / Fig. 2. **Доля респондентов, пользовавшихся кредитными продуктами коммерческих банков, которые отметили случаи некорректной продажи страховых услуг при оформлении кредита, в разбивке по банкам, % / The share of respondents who used credit products of commercial banks and noted cases of incorrect sale of insurance services when applying for a loan, broken down by banks, %**

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

Примечание: здесь и далее на диаграммах представлены только те банки, услугами которых воспользовалось более 10 респондентов / Note: From now on, the diagrams show only those banks whose services were used by more than ten respondents.

1) 60% выбрали ответ: «Банк всегда взвешенно оценивает мою платежеспособность, платежи по кредитам никогда не были для меня чрезмерно обременительными»;

2) 27% отметили, что банк склонен переоценивать их платежеспособность, предоставляя кредит, платежи по которому существенно сокращают их возможности и возможности семьи заемщика;

3) 13% сообщили, что банк уделяет недостаточно внимания платежеспособности, предоставляя кредитные продукты, выплаты по которым ложатся на семейный бюджет чрезмерным бременем, что снижает уровень жизни.

Безусловно, оценка респондентов субъективна. Тем не менее гипотеза о том, что банки

склонны вовлекать заемщиков в чрезмерные заимствования, подтверждается широким распространением практики предложения кредитных средств сверх лимита, запрошенного заемщиком: 48% респондентов отмечали, что банк при оформлении кредита предлагал увеличить его размер.

Широкое распространение различных приемов, характерных для ХК, сформировало негативный образ российских коммерческих банков, что подтверждается следующими мнениями респондентов:

1) только 9% считают, что российские банки придерживаются политики ответственного кредитования;

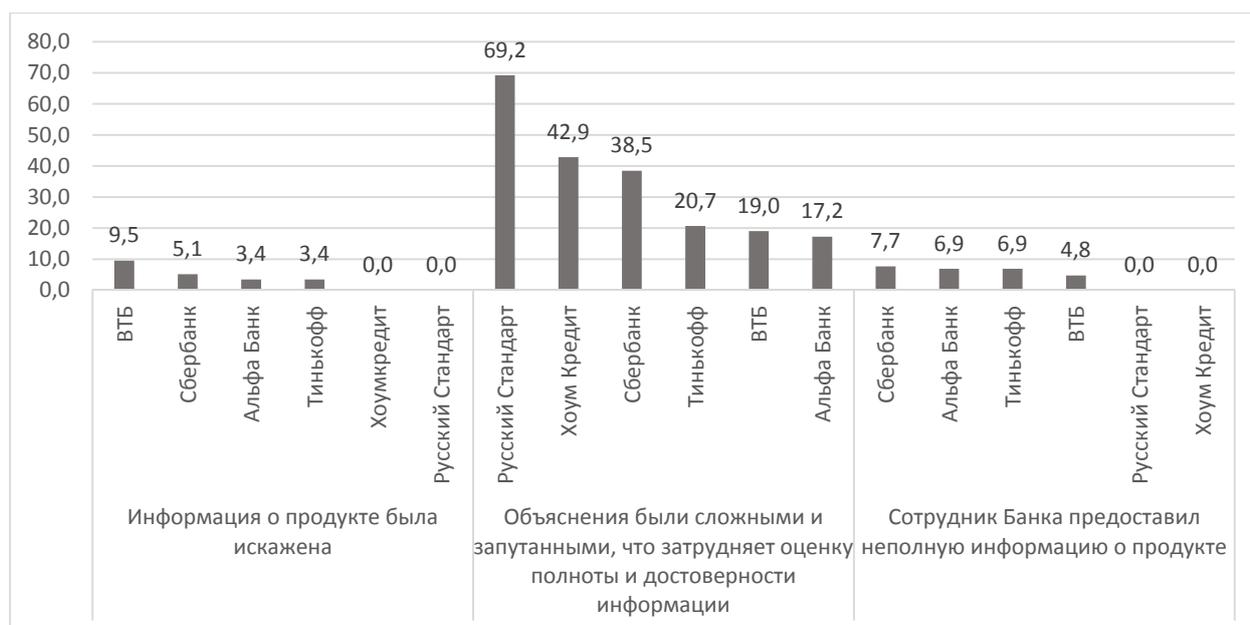


Рис. 3 / Fig. 3. Доля респондентов, пользовавшихся кредитными продуктами коммерческих банков, которые отметили случаи некорректной консультации при оформлении кредита, в разбивке по банкам, % / The share of respondents who used credit products of commercial banks and noted cases of incorrect consultation when applying for a loan, broken down by bank, %

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

2) 34% отмечают, что российские банки выстраивают бизнес, не ориентируясь на интерес клиентов, но и не ущемляя его;

3) 56% считают, что российские банки стремятся к максимальному увеличению прибыли за счет эксплуатации своих клиентов.

Существенное снижение лояльности россиян к коммерческим банкам отмечено во всероссийском исследовании аналитического центра НАФИ*.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

При интерпретации полученных результатов в условиях небольшого объема исследовательской выборки и возможных из-за этого погрешностях следует соблюдать осторожность, тем не менее, полученные результаты позволяют предположить, что проблема ХК российскими коммерческими банками является весьма острой.

Традиционно считается, что в основе ХК лежит проблема асимметрии информации [10, 11]: заемщик не располагает сведениями, необходимыми для объективной оценки соответствия риска по своему кредиту его стоимости; заемщик может не знать о добровольном характере навязываемых ему

услуг и т.д. Решению данной проблемы будет способствовать повышение финансовой грамотности населения, но, как отмечается в исследовании [12], существует также другая проблема, затрудняющая полноценное информационное взаимодействие между клиентами банка и его сотрудниками — низкий уровень квалификации банковских сотрудников, что в сочетании с давлением со стороны руководства, направленным на выполнение плановых показателей продаж, существенно усугубляет проблему ХК.

Важно понимать, что в основе проблемы «агрессивных банковских продаж», навязывания банковских продуктов лежит молчаливое согласие или даже одобрение и поощрение такой модели со стороны банковского руководства, устанавливающего планы продаж. Чтобы решить данную проблему, необходимо действовать «сверху», регулируя кредитную политику коммерческих банков. Некоторые шаги в данном направлении уже предпринимаются Банком России (например, введение показателя долговой нагрузки, развитие поведенческого надзора), однако этих мер явно недостаточно.

Инструментом, с помощью которого принципы ХК насаждаются рядовым банковским сотрудникам, является система мотивации, привязанная к показателям продаж [13, 14], и приверженность менеджмента к жесткому авторитарному стилю управления, порождающему страх перед начальством

* NPS-2020. Лояльность пользователей розничных банковских услуг. Результаты всероссийского исследования. URL: <https://nafi.ru/projects/finansy/nps-2020-loyalnost-klientov-rozничnykh-bankovskikh-uslug/>.

[15], что согласуется с результатами отечественных и зарубежных исследований [9, 13, 14]. Доля дохода, зависящая от выполнения плана продаж, может составлять до 70% совокупного ежемесячного дохода сотрудника front-office, ее утрата ставит сотрудника в финансово уязвимое положение, что неизбежно порождает риск недобросовестного поведения, который является значительным источником системного риска при широком распространении в отрасли [16]. Важную роль в управлении риском недобросовестного поведения играют механизмы корпоративного управления (далее — КУ).

Характерный для развитых стран стейкхолдерский подход в КУ, направленный на учет интересов не только акционеров, но и всех заинтересованных сторон, должен препятствовать продвижению

практики ненадлежащего поведения. К сожалению, в России слишком мало предпосылок для развития стейкхолдерской модели: она достаточно слабая [15]. Часто системы КУ в российских компаниях, и в банках в том числе, носят имитационный характер. Между тем, именно совет директоров, как элемент системы КУ, имеющий в своем составе комитеты по аудиту и по кадрам и вознаграждением, мог бы быть тем контролирующим звеном, препятствующим распространению практик ХК, однако для этого необходимо в первую очередь признание наличия данной проблемы.

ХК представляет собой опасное явление, игнорирование которого может привести к совершенно непредвиденным событиям, способным существенно замедлить развитие нашей страны.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Crossney K. B. Who's at-risk? A case study of the demographic and socioeconomic characteristics of census tracts experiencing predatory and abusive mortgage lending in Philadelphia. *Geoforum*. 2017;(81):129–143. URL: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.02.013>.
2. Hill R. P., Kozup J. C. Consumer Experiences with Predatory Lending Practices. *Journal of consumer affairs*. 2007;41(1):29–46. DOI: 10.1111/j.1745–6606.2006.00067.x
3. Зубков И. Маркелов Р. Сокращение строптивых. URL: <https://rg.ru/2021/02/18/elvira-nabiullina-poobeshchala-pokonchit-s-hishchnicheskimi-shemami-bankov.html>
4. Berisha E., Meszaros J. Household debt, expected economic conditions, and income inequality. *International Journal of Finance & Economics*. 2018;(23):283–295. URL: <https://doi.org/10.1002/ijfe.1616>
5. Ниворожкина Л. И. Воздействие потребительского кредитования на условия формирования человеческого капитала у детей из малообеспеченных семей. *Учет и статистика*. 2015;1(37):88–94.
6. Разов П. В., Штепа С. Е. Социальные риски потребительского кредитования студенческой молодежи. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2019;9(4):106–110. URL: <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2019-9-4-106-110>
7. Стиглиц Дж. Люди, власть и прибыль: Прогрессивный капитализм в эпоху массового недовольства. М.: Альпина Паблишер; 2020. 430 с.
8. Ларионова Н. П. От мисселинга к экосистемам в банковской среде? *Агропродовольственная политика России*. 2021;(1–2):21–25.
9. Свиридов О. Ю., Некрасова И. В. Мисселинг как основная форма недобросовестных продаж финансовых продуктов в России: причины и способы противодействия. *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*. 2018;(4):134–138. DOI: 10.22394/2079–1690–2018–1–4–134–138.
10. Renuart E. An overview of the predatory mortgage lending process. *Housing Policy Debate*. 2004;15(3):467–502. DOI: 10.1080/10511482.2004.9521511
11. Bond P., Musto D. K., Yilmaz B. Predatory mortgage lending. *Journal of Financial Economics*. 2009;94(3):412–427. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.09.011>
12. Аликперова Н. В. Формирование финансово грамотного поведения населения: риски и условия безопасности. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2020;10(3):86–91. DOI: 10.26794/2226–7867–2020–10–3–86–91
13. Brannan M. Power, Corruption and Lies: Mis-selling and the Production of Culture in Financial Services. *Human Relations*. 2017;(70):641–667. DOI: 10.1177/0018726716673441/
14. Laaser K. “Customers were not objects to suck blood from”: Social relations in UK retail banks under changing performance management systems. *Industrial Relations Journal*. 2019;50(5–6):532–547. DOI: 10.1111/irj.12267
15. Беликов И. В. Совет директоров компании: новый подход. М.: Де’Либри; 2019. 506 с.
16. Skinner C. P. Misconduct Risk. *Fordham Law Review*. 2016;84(4):1559–1610.

REFERENCES

1. Crossney K.B. Who's at-risk? A case study of the demographic and socioeconomic characteristics of census tracts experiencing predatory and abusive mortgage lending in Philadelphia. *Geoforum*. 2017;81:129–143. URL: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.02.013>.
2. Hill R. P., Kozup J. C. Consumer Experiences with Predatory Lending Practices. *Journal of consumer affairs*. 2007;41(1):29–46. DOI: 10.1111/J.1745–6606.2006.00067.X
3. Zubkov I. Markelov R. Reducing the Stroopers. *Rossiiskaya Gazeta = Russian Newspaper*. 2021;36(8387). URL: <https://rg.ru/2021/02/18/elvira-nabiullina-poobeshchala-pokonchit-s-hishchnicheskimi-shemami-bankov.html> (cited 2021 Sep 29). (In Russ.).
4. Berisha E., Meszaros J. Household debt, expected economic conditions, and income inequality. *International Journal of Finance & Economics*. 2018;23:283–295. URL: <https://doi.org/10.1002/ijfe.1616>
5. Nivorozhkina L.I. Impact of consumer lending on conditions of forming human capital assets in disadvantaged children. *Uchet i statistika = Accounting and Statistics*. 2015;1(37):88–94. (In Russ.).
6. Razov P.V., Shtepa S.E. Social Risks of Consumer Credit Students. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finasovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2019;9(4):106–110. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.26794/2226–7867–2019–9–4–106–110>
7. Stiglitz J. *People, Power and Profit: Progressive Capitalism in the Age of Mass Discontent*. Moscow: Alpina Publisher; 2020. 430 p. (In Russ.).
8. Larionova N.P. From misselling to ecosystems in the banking environment? *Agroprodovol'stvennaya politika Rossii = Agro-food policy in Russia*. 2021;1–2:21–25 (In Russ.).
9. Sviridov O. Yu. Nekrasova I.V. Misseling as the primary form of unfair sales of financial products in Russia: reasons and ways of counteraction. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski = State and municipal management. Scholar notes*. 2018;4:134–138. (In Russ.). DOI: 10.22394/2079–1690–2018–1–4–134–138.
10. Renuart E. An overview of the predatory mortgage lending process. *Housing Policy Debate*. 2004;15(3):467–502. DOI: 10.1080/10511482.2004.9521511
11. Bond P., Musto D.K., Yilmaz B. Predatory mortgage lending. *Journal of Financial Economics*. 2009;94(3):412–427. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.09.011>
12. Alikperova N.V. Formation of Financially Competent Behaviour of the Population: Risks and security Conditions. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finasovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2020;10(3):86–91. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.26794/2226–7867–2020–10–3–86–91> DOI: 10.26794/2226–7867–2020–10–3–86–91
13. Brannan M. Power, Corruption and Lies: Misselling and the Production of Culture in Financial Services. *Human Relations*. 2017;70:641–667. DOI: 10.1177/0018726716673441
14. Laaser K. 'Customers were not objects to suck blood from': Social relations in the U.K. retail banks under changing performance management systems. *Industrial Relations Journal*. 2019;50(5–6):532–547. DOI: 10.1111/irj.12267
15. Belikov I.V. *Company Board of Directors: a new approach*. Moscow: De'Libri; 2019. 506 p. (In Russ.).
16. Skinner C.P. Misconduct Risk. *Fordham Law Review*. 2016;84(4):1559–1610.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Надежда Дмитриевна Фролова — научный сотрудник Института экономики Российской академии наук, Москва, Россия
nrasskazikhina@yandex.ru

ABOUT THE AUTHOR

Nadezhda D. Frolova — Researcher at the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences (IE RAS), Moscow, Russia
rasskazikhina@yandex.ru

Статья поступила 15.10.2021; принята к публикации 05.11.2021.

Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article was received on 15.10.2021; accepted for publication on 05.11.2021.

The author read and approved the final version of the manuscript.