

## ГЕНДЕРНАЯ АСИММЕТРИЯ ДОЛГОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

В России исследования гендерного аспекта в долговом поведении населения до сих пор достаточно редки [3, 4]. В 1990-х гг. из российских социологов этим вопросом практически никто не занимался. Тогда приоритетным было изучение сберегательного и инвестиционного поведения, и в первую очередь определение предпочитаемых с точки зрения как мужчин, так и женщин форм хранения денежных средств и мотивов вложения денег в те или иные активы [1, 2]. Да и масштабы самого институционального кредитного поведения были незначительны. Сейчас же все большую роль в финансовом поведении российских семей начинает играть кредитование, и это, как отмечает Д. Стребков, ставит перед исследователями много новых интересных задач [3, с. 114]. Одной из таких задач, на наш взгляд, является определение и анализ гендерных различий в установках граждан на долговое поведение и в осуществлении ими заемных практик, поскольку от того, кто принимает в семье решение о денежном займе, зависят планирование и реализация форм финансового поведения семьи, отражающиеся в конечном итоге на ее материальном достатке и росте благосостояния. Как показывает зарубежный опыт гендерных исследований [5, 6], долговые практики, как и установки на «жизнь займы», у мужчин и женщин весьма различны, что наводит на мысль о существовании так называемой гендерной асимметрии долгового поведения. Постараемся проследить ее на примере российских домохозяйств.

### Некоторые теоретические предпосылки исследования

В США и ряде европейских стран (Великобритания, Франция, Швеция) гендерные исследования долгового поведения населения активно проводятся начиная с 1970-х гг. [8, 13]. При этом чаще всего анализируются такие его аспекты, как общий объем долга семьи, наличие отдельных долгов, количество кредитных карточек у каждого из супругов, доля средств, уходящих на ежемесячное погашение долга. Важным вопросом является исследование кризисного долга, т. е. ситуации, когда супруги не могут вовремя расплатиться по счетам, задолженность нарастает как снежный ком и они вынуждены объявить себя банкротами.

Большинство *экономистов* основным фактором долгового поведения домохозяйства считают уровень его доходов. Займы рассматриваются как один из видов сбережений, только с отрицательным знаком. В отличие от них *социологи и психологи* акцентируют внимание на том, что принятие долговых обязательств сообща или отдельно в семье — это особый род финансовой деятельности. Так, например, С. Ли, П. Уэбли и Р. Левин на основе исследований долга подчеркивают необходимость различать понятия кредита (произвольного, или управляемого, долга) и неуправляемого долга. В первом случае предполагается, что заемщик (семья) в принципе может расплатиться с кредитором в любое время, а во втором — что должник либо не в состоянии вернуть долг в силу материальных трудностей, либо вообще пытается избежать расплаты [9].

Более детальному изучению подверглись вопросы, связанные с анализом влияния на долговое поведение гендерных групп таких социальных факторов, как социализация (экономическое воспитание) индивида, референтные группы, социальные сети и т. п. Это вполне закономерно, поскольку нельзя недооценивать их роль при принятии решения о том, брать или не брать кредит (в долг). Например, С. Ли и его коллеги на основе исследования, посвященного изучению причин долга, выделяют следующие факторы,

детерминирующие подобное поведение: *социальное одобрение долгов* (мужчины чаще одобряют институциональный заем денежных средств, женщины — неформальное кредитование); *экономическую социализацию* (семьи, в которых к долгам относятся терпимо, воспроизводят подобную модель в следующих поколениях); *социальное сравнение* (если люди, особенно женщины, ориентируются на более богатые референтные группы и стараются жить «не хуже других», им гораздо проще брать деньги в долг) [10].

В американской социологии широко распространен анализ, основанный на нахождении различий между группой мужчин и группой женщин-заемщиков. Соответственно, весь методический инструментарий строится таким образом, чтобы по результатам опроса можно было идентифицировать гендерную группу займа (долга) по тем или иным признакам (например, этапам экономической социализации, психологическим чертам характера, особенностям референтных групп, поведенческим установкам и т. д.).

Зарубежные социологи при выявлении статистически значимых различий между гендерными группами опрашиваемых обнаружили следующие факторы, влияющие на долговое поведение респондентов.

Первый фактор — *контроль расходования долговых сумм*. Мужчины, по мнению Х. Левенсона, чаще полагают, что на события в жизни людей влияет их собственное поведение, а потому считают, что расходование денежных средств зависит только от собственных решений человека. Женщины же склонны считать, что все, что происходит в их жизни, является результатом судьбы, случайностей или действий других людей, и тем самым оправдывают свое долговое поведение причинами, якобы не имеющими к ним никакого отношения [11].

Второй фактор — *самооценка*. Г. Токунага в работе «Пользование и злоупотребление потребительским кредитом: применение психологической теории и практики» анализирует причины возникновения просроченной задолженности по кредитам. Главной причиной ее возникновения, по его мнению, является завышенная или заниженная самооценка у заемщика. При столкновении с ситуацией, когда долг в силу каких-либо причин становится неуправляемым, мужчины оказываются слишком самоуверенными и пускают свою кредитную историю на самотек, женщины, наоборот, склонны впадать в панику, испытывая сильнейший стресс и явно занижая свои способности справиться с кризисной ситуацией [12].

Третий фактор — *принятие решения в условиях риска*. Чтобы оценить склонность людей к поведению, сопряженному с рисками, Дж. Херши и П. Шумейкер предлагали респондентам набор из 16 дихотомических ситуаций, требующих принятия однозначного решения: уверенность (100 %-й шанс на появление) и неуверенность (менее чем 100 %-й шанс на появление) [7]. Так, при ответе на вопрос «Что бы Вы предпочли: а) гарантированный выигрыш в 10 \$ или б) 1/1000 шанс на выигрыш 10 000 \$?» первый вариант ответа чаще озвучивали женщины, подчеркивая тем самым, что для них «лучше синица в руке, чем журавль в небе».

Четвертый фактор — *поиск ощущений*. Данный фактор определяет потребность людей в новых ощущениях, а также готовность взять на себя физические и социальные риски. Так, М. Цукерман делает вывод о том, что женщины больше предрасположены к неумным тратам по кредитным карточкам, чем мужчины, для них экономическая свобода (свобода совершать дорогостоящие покупки) является высшим благом, приносящим в их рутинную жизнь ощущение независимости и самодостаточности [14].

Между тем не меньший интерес представляет анализ не конкретного поведения, а ценностно-нормативных установок мужчин и женщин по отношению к долгу и кредиту. Поэтому основной задачей любого исследования, на наш взгляд, должно стать не столько определение факторов, оказывающих наибольшее влияние на выбор модели долгового поведения, сколько построение типологии (кластеризация) гендерных групп со сходными установками на долговое поведение.

## Методическая характеристика исследования

Для выявления масштабов и причин возникновения гендерной асимметрии в долговом поведении граждан в июле — августе 2010 г. нами было проведено специальное социологическое исследование.

Опросы методом личного интервью проводились среди взрослого населения городов Москвы, Иванова, Фурманова, а также среди сельских жителей Ивановской и Ярославской областей. Целесообразность опроса в данных населенных пунктах была обусловлена ранжированием городов и сел по уровню их социально-экономического развития (в частности, по уровню жизни населения и степени разветвленности сети кредитных учреждений) — от наиболее высокого (г. Москва) до очень низкого (сельская местность). Суммарный объем выборочной совокупности составил 1050 человек. Соотношение мужчин и женщин в подвыборках для городов и сельских поселений в целом отражает гендерную структуру взрослого населения указанных населенных пунктов.

Опросный лист содержал 50 вопросов, сгруппированных в 3 основных блока. *Первый блок* состоял из 31 вопроса, посвященного выяснению ценностно-нормативных установок граждан на долговое поведение.

*Второй блок* содержал 12 вопросов, включенных с целью изучения заемного опыта граждан, а также влияния на их долговое поведение неблагоприятных жизненных факторов, референтных групп и социального окружения.

*Третий блок* анкеты состоял из социально-демографических вопросов, которые фиксировали пол, возраст, уровень образования, род деятельности (сферу занятости) респондента, а также уровень доходов, материальное положение и количественный состав его семьи.

Поскольку гендерная асимметрия в долговом поведении проявляется прежде всего в ответных смещениях опрашиваемых, то в качестве ее эмпирических индикаторов мы рассматривали процентные расхождения в реакциях респондентов на вопросы интервью. Статистическая значимость различий оценивалась на основе критерия  $\phi^*$  — углового преобразования Фишера. Сравнение средних значений количественных переменных осуществлялось с использованием процедур t-оценивания.

Полученные в исследовании данные были обработаны в программно-аналитическом комплексе SPSS.

## Восприятие денежного долга

**Выражение отношения к долгу.** Анализ данных показывает, что существуют статистически значимые различия в ответах мужчин и женщин на вопросы об отношении к долгу и кредиту. Причем под долгом мы понимаем именно неинституциональную форму займа — одолжение денежной суммы у родственников (знакомых, друзей). Так, респонденты-мужчины чаще выражали позитивное отношение к институту кредитования (табл. 1).

Таблица 1

**Распределение ответов на вопрос  
«Как в целом Вы (Ваша семья) относитесь к кредиту?»  
в разных гендерных группах респондентов, % от числа ответивших**

Отношение к кредиту	Гендерные группы		Разность показателей
	Мужчины	Женщины	
Позитивное	57,4	42,6	14,8*
Нейтральное	48,4	51,6	3,2
Негативное	43,6	56,4	12,8*
Затруднились ответить	47,9	52,1	4,2

\* Для  $\varphi^* p \leq 0,05$ .

Женщины, отвечавшие на вопрос о личном отношении к долгу и кредиту, демонстрировали более лояльное отношение именно к неформальному займу (табл. 2). Это, возможно, объясняется тем, что женщины по сравнению с мужчинами чаще вынуждены занимать деньги у своих близких и знакомых для решения текущих материальных проблем семьи. Об этом, в частности, свидетельствуют ответы, полученные нами в ходе интервью.

*«Всегда приходится занимать деньги на пропитание до первой получки, вроде как и зарабатываем неплохо, но все куда-то уходит, просачивается, и где-то за неделю-полторы начинаешь понимать, что можешь и не дотянуть до получки»* (Анна, 32 года, продавец-консультант, г. Иваново).

*«Уж лучше я кредит оформлю, чем пойду просить у родственничков. У них займешь, так потом и не отвяжутся: мол, мы тебя выручили, а ты нам это почини, вот это сделай. Да и морально унижает это. Нет-нет, мне это как-то претит»* (Михаил, 28 лет, водитель, г. Москва).

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос  
«Как в целом Вы (Ваша семья) относитесь к долгу?»  
в разных гендерных группах респондентов, % от числа ответивших**

Отношение к долгу	Гендерные группы		Разность показателей
	Мужчины	Женщины	
Позитивное	37,4	62,6	25,2**
Нейтральное	47,9	52,2	4,3
Негативное	55,3	44,7	10,6*
Затруднились ответить	48,1	51,9	3,8

\* Для  $\varphi^* p \leq 0,05$ .

\*\* Для  $\varphi^* p \leq 0,01$ .

Несколько иная картина получается, если сравнивать ответы респондентов на вопрос об их отношении к институциональной форме займа (кредиту) в группе женщин и анализировать данные по разным регионам. Так, женщины-москвички значительно чаще признавались в своем позитивном отношении к кредиту, чем, скажем, жительницы сельской местности (табл. 3). Между тем статистически значимые различия в оценочном отношении к институту кредитования в группе мужчин нами не обнаружены.

Таким образом, мужчины чаще демонстрируют благоприятное отношение именно к банковскому кредитованию, женщины же в большинстве своем склонны одобрять неформальный заем денежных средств. Внутри самой группы женщин оценочное отношение к кредиту зависит от уровня социально-экономического развития региона проживания: чем выше этот уровень, тем лояльнее женщины относятся к формальному займу, чего не скажешь о группе мужчин. Если говорить о ситуационном долге, то статистически значимые различия внутри гендерных групп нами не фиксировались.

Таблица 3

**Распределение ответов женщин на вопрос  
«Как в целом Вы (Ваша семья) относитесь к кредиту?», % от числа ответивших**

Отношение к кредиту	Регион опроса		Разность показателей
	г. Москва	Сельская местность	
Позитивное	72,4	27,6	44,8*

Нейтральное	47,7	52,3	4,6
Негативное	25,2	74,8	49,6*
Затруднились ответить	47,6	52,4	4,8

\* Для  $\varphi^* p \leq 0,01$ .

**Ценностно-нормативные установки на долговое поведение.** Анализ ответов на вопросы этого блока также позволил выявить влияние ценностно-нормативных установок респондентов на отношение к долгу и кредиту.

Сначала полученные в ходе опроса ответы были обработаны нами с помощью факторного анализа (использовался метод главных компонент). В результате было выделено пять основных факторов, определяющих отношение граждан к проблемам долга и кредита. Чтобы максимально упростить структуру полученных компонент, было проведено ортогональное вращение факторного решения по критерию «варимакс».

В табл. 4 представлены нагрузки только для двух первых интересующих нас факторов нашей модели, условно названных нами «Фактор № 1. Отношение к заимствованию» и «Фактор № 2. Отношение к кредиту как социальному явлению». Эти нагрузки показывают степень корреляции каждой переменной с каждым из тех скрытых измерений, которые были выявлены в результате анализа. Значения этих переменных находятся преимущественно в интервале от  $-3$  до  $+3$ . При этом положительным значениям каждого фактора соответствует позитивное отношение того или иного респондента к определенному явлению (к получению денег в долг и кредиту), а отрицательным значениям — негативное отношение.

Для определения характера взаимосвязи данных факторов с гендерной принадлежностью респондента мы воспользовались методом анализа вариаций — однофакторным дисперсионным анализом (One-Way ANOVA).

Судя по данным исследования, более позитивным отношением к заимствованию отличаются женщины: они (+0,53) чаще, чем мужчины (+0,22), признавались в том, что не стесняются просить у друзей и знакомых деньги в долг. Между тем женщины (+0,48 против +0,17 у мужчин) также в большей степени отдают себе отчет в том, что любое заимствование — это определенный риск, который может привести к нежелательным для семейного бюджета результатам.

Таблица 4

#### Переменные, имеющие наиболее значимые факторные нагрузки

Переменные	Факторная нагрузка
<i>Фактор № 1. Отношение к заимствованию</i>	
Даже если мне придется тяжело, я буду экономить, но залезать в долги не стану	-0,51
Я никогда не стесняюсь просить у знакомых деньги в долг	+0,35
В долги залезают чаще всего бездельники и те люди, которые не могут позаботиться о себе сами	-0,33
Когда берешь деньги в долг, то всегда понимаешь, что можешь их вовремя и не вернуть	+0,34
<i>Фактор № 2. Отношение к кредиту как социальному явлению</i>	
Возможность купить необходимую вещь в кредит позволяет планировать свою жизнь на несколько лет вперед	+0,53
Человек, взявший кредит, будет стараться более активно работать, чтобы скорее погасить его	+0,35
Кредит на крупные покупки позволяет людям повысить свой престиж, социальный статус	+0,49

В оценке перспектив кредитования более лояльные установки обнаруживаются у мужчин, чем у женщин (+0,57 против +0,49). Возможность уже сейчас пользоваться дорогостоящей вещью, по мнению мужчин, повышает престиж и социальный статус человека.

Таким образом, пол респондента влияет на стремление граждан отдавать свое мотивированное предпочтение денежным займам либо в институциональной, либо в неинституциональной форме.

### Планирование долгового поведения

Результаты нашего исследования свидетельствуют также о существовании гендерной асимметрии в предпочтениях граждан осуществлять долговые практики в ближайшей перспективе. Так, среди мужчин по сравнению с группой женщин больше тех, кто планирует оформить кредит в ближайшее время (табл. 5). Что касается планирования неформальных займов, то их чаще готовы осуществлять женщины (табл. 6).

Таблица 5

#### Распределение ответов на вопрос «Как Вы относитесь к возможности получения кредита в ближайшем будущем?» в разных гендерных группах респондентов, % от числа ответивших

Отношение к кредиту	Гендерные группы		Разность показателей
	Мужчины	Женщины	
Не хотят брать кредит	47,5	52,5	5,0*
Хотели бы взять кредит, но не планируют	59,6	40,4	19,2**
Планируют взять кредит	54,2	45,8	8,4*
Затруднились ответить	49,4	50,6	1,2

\* Для  $\varphi^* p \leq 0,05$ .

\*\* Для  $\varphi^* p \leq 0,01$ .

Таблица 6

#### Распределение ответов на вопрос «Как Вы относитесь к возможности взять крупную сумму денег в долг у родственников (знакомых, друзей) в ближайшем будущем?» в разных гендерных группах респондентов, % от числа ответивших

Отношение к долгу	Гендерные группы		Разность показателей
	Мужчины	Женщины	
Не хотят брать в долг	54,5	45,5	9,0*
Хотели бы взять в долг, но не планируют	47,6	52,4	4,8
Планируют взять в долг	32,4	67,6	35,2**
Затруднились ответить	47,9	52,1	4,2

\* Для  $\varphi^* p \leq 0,05$ .

\*\* Для  $\varphi^* p \leq 0,01$ .

Теперь рассмотрим, каким образом первый фактор, характеризующий отношение к заимствованию, связан с долговым поведением респондента в прошлом и его будущими предпочтениями.

Весьма примечательно, что у тех граждан, кто одновременно использовал и институциональный, и неформальный денежные займы, значения фактора в среднем намного выше по сравнению с остальными: +0,54. Граждане, вообще никогда ранее не осуществлявшие займы, демонстрируют отрицательное отношение к долгам (табл. 7). Если говорить о гендерных различиях, то у мужчин, имеющих опыт пользования институциональным кредитом, позитивное отношение к заимствованию выражено сильнее, чем у женщин. Для женщин же позитивное отношение к долгам чаще формируется под влиянием неинституциональной формы займа денежных средств.

Таблица 7

**Отношение мужчин и женщин к заимствованию (первый фактор)**

Долговые установки и поведение	Мужчины	Женщины	Разность показателей
<i>Прошлое</i>			
Не брали деньги в долг	-0,33	-0,36	0,03
Брали только кредит	0,29	0,22	0,07*
Брали только в долг	0,17	0,23	0,06*
Брали кредит и в долг	0,52	0,57	0,05
<i>Будущее</i>			
Не хотят брать кредит	-0,18	-0,15	0,03
Хотели бы взять кредит, но не планируют	0,02	0,04	0,02
Хотели бы взять в долг, но не планируют	0,08	0,11	0,03
Хотели бы взять кредит и в долг, но не планируют	0,12	0,13	0,01
Планируют взять кредит	0,48	0,37	0,11**
Планируют взять в долг	0,40	0,53	0,13**
Планируют взять кредит и в долг	0,52	0,55	0,03

\* Для  $t^* p \leq 0,05$ .

\*\* Для  $t^* p \leq 0,01$ .

У мужчин, считающих, что сейчас для их семьи хорошее время, чтобы брать кредит, значения первого фактора намного выше, чем у женщин (+0,48 против +0,37). Аналогично женщины, которые планируют брать кредит в ближайшее время, относятся к займам более позитивно (+0,37), чем те, которые хотели бы взять кредит, но пока не собираются этого делать (+0,04), и те, которые вообще не планируют никаких заимствований (-0,15). Во всех этих случаях анализ вариаций показывает существенные различия как внутри гендерных групп респондентов, так и между ними. Следовательно, первый фактор, характеризующий отношение граждан к получению денег в долг или кредиту, очевидным образом связан с их текущим и планируемым заемным поведением.

**Выводы**

Таким образом, пол респондента оказывает достаточно заметное влияние на поведение респондента в ситуации займа. Как видно из результатов исследования, такое явление, как гендерная асимметрия долгового поведения, характерно не только для западных обществ.

Так, среди мужчин (как в России, так и за рубежом) недооценивается роль социального риска при реализации кредитной практики займа. Российские женщины, так же как и зарубежные, предпочитают «синицу в руке, чем журавля в небе». Они полагают, что в случае необходимости лучше не брать кредит, а занять деньги у кого-то из родных или знакомых. Чаще всего это бывает и быстрее, и дешевле, и надежнее.

Что касается ценностно-нормативных установок граждан на долговое поведение, то в целом мужчины и женщины демонстрируют позитивное отношение к заимствованию. Наличие опыта заемной деятельности лишь усиливает этот позитив.

Между тем в России очень высоким остается уровень негативного восприятия кредита сельскими женщинами, чего не скажешь о горожанках. Необходимо расширять и делать доступными программы кредитования на селе. Повлиять на ситуацию в какой-то степени можно через повышение общего уровня информированности сельских жителей по вопросам, связанным с выдачей и получением кредитов.

#### **Библиографический список**

1. Аврамова Е. Сберегательные установки россиян // Обществ. науки и современность. 1998. № 1. С. 32—44.
2. Богомолова Т., Тапилина В., Михеева А. Социальная структура: неравенство в материальном благосостоянии. Новосибирск : ИЭ и ОПП СО РАД, 1992. 192 с.
3. Стребков Д. Основные типы и факторы кредитного поведения населения в современной России // Вопр. экономики. 2004. № 2. С. 112—125.
4. Стребков Д. Социальные аспекты кредитного поведения населения // Социол. журн. 2007. № 1. С. 83—102.
5. Bowers J., Crosby K. Changes in the credit repayment performance of low income consumers : an exploratory study // J. of Consumer Affairs. 1980. Vol. 14. № 1. P. 89—108.
6. Canner H., Cynak A. Determinants of consumer credit card usage patterns // J. of Retail Banking. 1986. Vol. 8. № 2. P. 8—18.
7. Hershey J., Schoemaker P. Prospect theory's reflection hypothesis : a critical examination // Organizational Behavior and Human Performance. 1980. Vol. 25. № 1. P. 395—418.
8. Hirschman E. Differences in consumer purchase behavior by credit card payment system // J. of Consumer Research. 1979. Vol. 6. № 3. P. 58—66.
9. Lea S., Webley P., Levine R. The economic psychology of consume debt // J. of Economic Psychology. 1993. Vol. 14. № 2. P. 85—119.
10. Lea S., Webley P., Walker C. Psychological factors in consumer debt : money management, economic socialization, and credit use // J. of Economic Psychology. 1995. Vol. 16. № 4. P. 681—701.
11. Levenson H. Multidimensional locus of control in psychiatric patients // J. of Consulting and Clinical Psychology. 1973. Vol. 41. № 1. P. 397—404.
12. Tokunaga H. The use and abuse of consumer credit : application of psychological theory and research // J. of Economic Psychology. 1993. Vol. 14. № 3. P. 285—316.
13. Wiley J., Richard L. Application of discriminant analysis in formulating promotional strategy for bank credit cards // Advances in Consumer Research. 1974. Vol. 2. № 1. P. 535—544.
14. Zuckerman M. Sensation Seeking: Beyond the Optimal Level of Arousal. Hillsdale (NJ) : Erlbaum, 1979. 286 p.