

Россия переживает бум потребительского кредитования. Все больше людей хотят жить, как на Западе, - «здесь и сейчас». К сожалению, до западных стандартов нам еще далеко. Там наиболее популярны кредитные карты, позволяющие брать кредиты в любое время. В любой точке мира. На любой срок. На любую сумму. Разумеется, в пределах индивидуального лимита кредитной линии и срока действия карты.

Но наша страна, как обычно, пошла своим путем. Появились виды кредитов, которые при всем желании трудно назвать проявлением свободы. Например, кредиты в магазинах. Они жестко привязывают финансовую услугу к конкретному магазину и конкретному товару. Человек в значительной мере лишается права выбора. Практика магазинных кредитов подозрительно напоминает советскую торговлю с нагрузкой, когда дефицитный товар продавался в обязательном комплекте с ненужным.

Как бы ни заявляли организаторы магазинных кредитов «под 0%» о своей абсолютной бескорыстности, не ради убытков они развернули в магазинах свои сети. Цель любого магазинного кредитора - не только окупить расходы, но и получить прибыль. И чем сильнее она замаскирована, тем крупнее риск расходов у покупателя.

А способы маскировки иногда просто сбивают с толку. Смотришь на ценник - не веришь глазам своим. Явно дорогая вещь стоит смешотворно мало. Оказывается, огромными цифрами указан первоначальный взнос. Полная же цена товара, продаваемого в кредит, обозначена мелко-мелко в самом уголке ценника. И эта цена заметно превышает ту, по которой аналогичный товар продается за наличные.

Другая чисто российская мода - выдавать кредиты в спешке. «Быстро», «срочно», «экспресс» - подобные характеристики понятны, когда речь идет о пожарных, «Скорой помощи», милиции. Но в финансах самое важное - процентная ставка. И когда банк, умалчивая о ней, на первый план выдвигает скорость выдачи кредита, создается впечатление, что клиента торопят, не давая ему опомниться. А это тоже покушение на свободу.

Конечно, очень важно, сколько времени проходит от момента обращения в банк до момента получения денег. На мой взгляд, 2-3 дня - вполне приемлемо. Однако если клиента ставят перед необходимостью изучить и подписать кредитный договор за 10-15 минут, он физически не успевает разобраться в деталях. Выиграв считанные часы, человек потом расплачивается за это годами. Годами непомерной финансовой и психологической нагрузки.

Как бы ни спешил человек с получением кредита, ориентироваться надо на 2-3 дня. Дальнейшее уменьшение сроков возможно лишь за счет сокращения процедур проверки клиента. А это означает работу под лозунгом «Выдаем кредиты всем подряд!». В итоге добросовестный

ЖИЗНЬ В КРЕДИТ: СВОБОДА ИЛИ РАБСТВО?



КОЛЛАЖ АЛЕКСАНДРА МАТЮШКИНА

клиент платит за себя и «за того парня», который кредит не вернул. Поскольку сознательно платить за двоих сразу, а то и за троих - роскошь, банки идут на хитрость: свои риски они перекладывают на заемщиков с помощью высоких скрытых ставок и комиссий.

Комиссии - самая коварная вещь в потребительских кредитах. Из-за них даже очень привлекательные в рекламе условия на практике могут обернуться гораздо менее выгодными. Пристального внимания заслуживают два вида комиссий.

Первый - единовременная комиссия, которую банк берет сразу при выдаче кредита. Истинную «тяжесть» этой комиссии можно оценить лишь в сравнении со сроком кредита. Например, размер комиссии составляет 2 процента, а срок кредита - 5 лет. Делим 2 процента на 5 лет, получается удельный вес данной комиссии в расчете на год. Он равен 0,4 процента. Или другой пример. Размер комиссии - 3 процента. Срок кредита - полгода. Делим 3 процента на 1/2 года. Удельный вес комиссии в расчете на год в этом случае составит 6 процентов. Чем короче срок кредитования - тем больше ваших денег съест начальная разовая комиссия.

Второй вид комиссий - самый опасный - фиксированные ежемесячные платежи. Важно не путать их с ежемесячной выплатой процентов, которая тоже осуществляется регулярно, но по убывающей - с «тающей» по мере погашения суммы кредита. Например, вы взяли годовой кредит в 12 тыс. руб. под 24 процента. И погашаете сумму кредита равными долями, что является стандартной банковской практикой. В месяц на оплату процентов у вас будет уходить соответственно 2 процента. Но - внимание! - не начальной суммы кредита, а той его части, которой вы реально пользуетесь в текущий момент.

В первый месяц вы платите 240 руб. за то, что пользовались всеми 12 тыс. руб. Во второй месяц - 220 руб. за то, что пользовались уже 11 тыс. руб. В последний, двенадцатый, месяц вы платите только 20 руб. за то, что пользовались оставшейся 1 тыс. руб. Такая схема выплат, привязанная к годовой процентной ставке, есть у всех банков.

Для заемщиков, на мой взгляд, вполне достаточно двух регулярных статей расходов. Первая - погашение частями самого кредита, вторая - выплата процентов за его использование. Никаких других ежемесячных

платежей со своих клиентов банк брать не вправе.

Однако так считают не все. Многим банкам мало ежемесячной выплаты процентов по убывающей. Они создают для заемщика еще один постоянный поток платежей за кредит - уже неизменных. Каждый месяц берут с клиента дополнительно по 2 процента от первоначальной (!) суммы кредита, изобретая какую-нибудь хитрую формулировку. Например, «комиссия за ведение счета». Будто бы ведение счета не входит в обязанности банка и требует дополнительной компенсации, как сверхурочные или вредный для здоровья труд. На мой взгляд, ежемесячные фиксированные комиссии, резко увеличивающие цену кредитов, не имеют ничего общего с цивилизованной финансовой практикой.

Вернемся к нашему примеру. В 12 тыс. руб. Посмотрим, что получается, когда банк ежемесячно берет по 2 процента от первоначальной суммы кредита - якобы за ведение счета. В первый месяц, когда клиент пользовался 12 тыс. руб., он платит 240 руб. этой странной комиссии. И в последний месяц платит все те же 240 руб. - хотя пользовался уже 1 тыс. руб. Свои услуги по «ведению счета»

банк оценил почти в четверть суммы, которую человек имел в своем распоряжении!

Не будем забывать о том, что стандартные процентные платежи клиент все эти месяцы тоже исправно делал. Плюс ко всему многие банки придумывают специальные комиссии за снятие и взнос денег, штрафы за досрочное погашение кредита и т. д. Так и набегает реальная ставка

годовых!» Самый мелким: комиссии, комиссии, комиссии...

Конечно, дело коммерческого банка - зарабатывать деньги. Но это совсем не означает, что надо получать сверхдоходы с заемщика, пользуясь его неопытностью и новизной самой услуги. Меня удивляют высказывания некоторых банкиров в деловой прессе: «Когда в пустыню провели водопровод, ее жителям нечего возмущаться дороговизной воды». Другими словами - будьте счастливы, что вам вообще дали денег. И не ропщите!

Но заемщик должен платить не за долгожданную «радость кредитной благодати», снизившей от банка, а за фактическое использование заемных средств в каждый конкретный период времени. И платить не по хитроумным многослойным преискусствам, а по рыночной процентной ставке.

Цена свободных денег определяется финансовым рынком. И всегда известен точный срок, в течение которого клиент банка ими пользуется. Реальная ставка кредита в годовых процентах - единственный способ измерить истинную стоимость данной финансовой услуги. Другого способа человечество не придумало. И когда какой-нибудь банк, как черт от ладана, всячески отмахивается от необходимости указывать реальную ставку - он демонстрирует свое нежелание работать в рыночном пространстве по рыночным законам. Под видом кредитных предложений различных банков, человек может их сравнивать и делать объективный выбор, отвечающий его личным интересам.

Именно поэтому Федеральная антимонопольная служба и Центральный банк РФ так жестко настаивают на раскрытии банками максимально полной информации о предоставляемых ими потребительских кредитах.

Нарушителей ждут многомиллионные штрафы. Под их угрозой реклама чрезмерно дорогих кредитов для населения стала отчетливо принимать две основные разновидности.

Первая - никакой конкретной информации. Государственные органы указали банкам: сообщив в рекламе хотя бы об одном из видов расходов по кредиту, обязательно укажите и все остальные. Когда расходов по кредиту припасено для заемщика так много, что их полный перечень не вмещается в рекламное объявление, банк вынужден стыдливо обходиться общими фразами. Например, такой: «Деньги! Хорошие кредиты неплохим людям!» И все. Не правда ли, напоминает то ли баракхолку, то ли записку на заборе, коряво написанную от руки: «Отдам котенка в хорошие руки»?

Вторая разновидность рекламы - чрезмерно дорогих кредитов - более наглая. Она рассчитана или на людей с плохим зрением, или на тех, кто привык жить эмоциями, а не рассудком. Самым крупным шрифтом: «10%

что должно насторожить заемщика, если он не хочет быть обманутым? На мой взгляд, таких моментов пять.

Первый - в рекламе совершенно нет конкретной информации. Вместо нее - обещание призов, подарков или лозунги типа «0-0-0», «0-0-10».

Второй - ставка кредита не указана совсем. Или указана явно ложная: равна, а то и меньше, чем во вкладах.

Третий - ежемесячные фиксированные комиссии.

Четвертый - обещание чрезмерной легкости и быстроты получения кредита. Будто банк только и мечтает, как бы поскорее избавиться от денег.

Пятый - при досрочном погашении кредита возникает обязанность заплатить банку проценты и комиссии даже за те месяцы, когда клиент кредитом не пользовался.

Избитая жизнью истина: деньги любят счет. Особенно в случае кредита, про который тоже не зря сказано: берешь чужие, а отдаешь - свои... Будем взаимно внимательны!

Владимир ФРОЛОВ,
доктор экономических наук, профессор,
председатель совета директоров банка «Северная казна»

У МАГАЗИНА В ПЛЕНУ

Психологи установили, что походы по магазинам могут быть таким же затягивающим и подрывающим здоровье пагубным пристрастием, как азартные игры, алкоголь и даже наркотики!

Агрессивная реклама, вещевое и продуктивное изобилие, а главное - появление у немалого количества людей соответствующих возможностей делают свое черное дело. Однако в «распродажные» покупки втягиваются сейчас и малоимущие люди, наносит тем самым огромный ущерб семейному бюджету. Порой покупатель-

ная зависимость становится просто маниакальной. Тут уже без помощи специалистов - психологов или психотерапевтов - не обойтись.

Если вы чувствуете, что становитесь заложником покупательской страсти, попробуйте руководствоваться советами психолога Евгения Тарасова.

- Увидев что-либо интересное из вещей или продуктов в рекламе, прежде чем тут же сделать заказ на их приобретение, поговорите с близкими вам людьми о том, а нужно ли все это вам сейчас.

- Во время походов по магазинам носите с собой калькулятор. Пускай он напоминает вам о сумме ваших финансовых затрат.

- Избегайте ходить на оптовые рынки

и распродажи, чтобы не покупать там ненужные вам вещи.

- Если у вас нет человека, являющегося для вас авторитетом и способного одернуть, уберечь от ненужных трат, старайтесь посещать магазины в одиночку. Увы, нередко друзья или подруги, а также любящие «спутники» или «спутницы» жизни могут соблазнить приобрести что-нибудь не очень нужное или совсем бесполезное для вас.

- Вместо того чтобы покупать новую одежду, попробуйте надеть ту, которая уже давно висит мертвым грузом в ваших шкафах.

- Помните о том, что закупленные, пусть и «по дешевке», впрок продукты в большинстве своем имеют одну неприятную особенность: они портятся, а значит, способны причинить вред не только вашему здоровью, но и здоровью самых дорогих людей - ваших родных!



ФОТО АНДРЕЯ НИКЕРИЧЕВА