

Методология представляет собой модель стандартной ошибки с панельной коррекцией (PCSE) для наблюдения за отношением зависимых и независимых переменных. Z-показатель Альтмана используется как индикатор финансовой устойчивости. Рентабельность активов (ROA) – показатель прибыльности компании.

Оригинальность исследования заключается в сравнении факторов, влияющих на устойчивость и прибыльность банковской отрасли стран Евразийского экономического союза.

Результаты оценки исследования показывают, что специфические для банка и макроэкономические факторы сильно влияют на финансовую стабильность в банковском секторе. Например, качество активов и борьба с коррупцией существенно и отрицательно связаны со стабильностью банков. С другой стороны, рентабельность активов (ROA), размер банка, политическая стабильность и фиктивное влияние времени на стабильность банковской системы являются положительными и статистически значимыми.

Ключевые слова: банковская отрасль, финансовая стабильность, страны ЕАЭС, прибыльность, Z-показатель.

ABOUT THE AUTHORS

Guldana Utarova – Master Student, Bang College of Business, KIMEP University, Almaty, Republic of Kazakhstan, email: guldana.utarova@kimep.kz, <https://orcid.org/0000-0003-2958-2780>

Alimshan Faizulayev – PhD, Research Director, Bang College of Business, KIMEP University, Almaty, Republic of Kazakhstan, email: a.faizulayev@kimep.kz, <https://orcid.org/0000-0002-0212-0538>*

МРНТИ: 06.73.75

JEL Classification: E44

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-2-164-180>

ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТА НА СТАБИЛЬНОСТЬ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ: АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ

Д. Б. Канагатова^{1*}, Н. С. Кенжеғалиева¹

¹Университет Нархоз, Алматы, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – определить влияние потребительского кредитования на банковскую устойчивость и оценить ее зависимость от экономических показателей.

Методология исследования основана на качественных и количественных подходах. В статье использовались методы регрессионного анализа, трансформация отображения аналитических данных, анализ и синтез.

Оригинальность / ценность исследования. Безусловная уникальность данной статьи заключается в том, что авторы на основе расчетов определили зависимость потребительского кредитования как от макроэкономических, так и от психологических факторов.

Результаты исследования. Авторы в результате эконометрических расчетов получили потребительскую функцию, как основного показателя совокупного спроса, которая влияет на экономический рост. Выявили низкую зависимость потребительского кредитования от: ставки процента, среднемесячного дохода населения и инфляции. Результат множественной регрессии показывал, что макроэкономические факторы только на 43,3 % объясняют рост потребительского кредитования. На ряду с этим,

авторы определили, значительное влияние потребительских кредитов на импорт и валовую добавленную стоимость торговли.

На основе качественного анализа авторы рассчитали индекс потребительского настроения (СЦИ), на основе опроса 128 респондентов. По результатам опроса было выявлено, что потребители оптимистичны и сильно подвержены психологическим инструментам влияния, таких как маркетинговые и рекламные акции. Также, авторы полагают, что восприятие долгового бремени и доступность кредита повлияло на резкий рост данного банковского продукта.

Аргументируя свои предположения, ссылаясь на современные исследования экономистов, авторы определили, что изменения спроса на потребительские кредиты определяются больше психологическими факторами, а не экономическими. Повышение конечных расходов домохозяйств обусловлено увеличением потребительского кредитования, что в краткосрочном периоде стимулировало совокупный спрос и тем самым повлияло на экономический рост. Вместе с тем, в последние годы в Казахстане, кредитование домашних хозяйств опережает кредитование производств и отношение долга домашних хозяйств к ВВП увеличивается. Такая тенденция может привести в долгосрочном периоде к дефолту банков и экономической рецессии в стране. На основе этого авторами были предложены некоторые рекомендации для решения этих проблем.

Ключевые слова: Потребительский кредит, банковская и финансовая устойчивость, макроэкономическая стабильность, психологические факторы, когнитивные искажения.

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы наблюдается резкое увеличение потребительского кредитования сектора домашних хозяйств. Если в 2020 году в связи с пандемией наблюдалось снижение данного показателя, но в целом, за последние 10 лет кредитование этого сектора увеличилось более чем в 8,5 раз. По данным Национального банка Казахстана в 4 квартале 2022 года потребительские кредиты физических лиц составляли 7,7 трлн. тенге, тогда как в 2011 году этот показатель был равен 905,5 млрд. тенге. Нужно отметить, что исследовательский интерес во многих странах к потребительскому кредитованию появился относительно недавно и он связан с увеличением его доли в ссудном портфеле банков.

В Казахстане объем потребительского кредитования занимает наибольшую долю и составляет 33 %. Множество зарубежных исследований утверждают, что быстрый рост потребительских кредитов ухудшает качество продукта и повышает риск устойчивости банков. В целом банковская система оказывает сильное влияние на макроэкономику, что подтверждается такими показателями, как отношение банковских активов и кредитов к ВВП, которые составляет 46 % и 24 % соответственно. Также рост потребительского кредитования в 2022 году значительно превысил номинальный темп роста ВВП.

Все вышеперечисленные факторы, усиливают актуальность исследования данного банковского продукта, оценку его влияния на финансовую и макроэкономическую устойчивость. Еще в 2011 году МВФ в своих отчетах указывал на то, что в странах с высоким уровнем кредитования домашних хозяйств, по сравнению со странами с низким уровнем кредитования приводит в долгосрочном периоде к серьезному и длительному сокращению потребления и общей экономической активности.

В этой связи, авторы задались вопросом чем обусловлен существенный рост потребительского кредитования и влияет ли данный факт на макроэкономическую и банковскую устойчивость? Поиск ответов на данные вопросы обуславливает цель написания настоящей статьи.

Литературный обзор. Ранее уже проводились исследования в этом направлении, к примеру Т. Мендельсонас и Э. Фрейтакас обнаружили, что чрезмерный рост кредитов увеличивает восприимчивость финансовой системы к экономическим колебаниям и ослабляет их баланс, который может привести к увеличению риска финансовой системы и в итоге вызвать финансовый кризис [1]. Б. Бююккарабакак и Н. Т. Валиев утверждают, что к увеличению вероятности ухудшения качества кредита приводит быстрый рост кредита [2].

Эмпирические исследования ранних годов показывают, что рост кредитной активности влечет за собой увеличение неработающих кредитов и убытков по ссудам, снижает капитализацию и прибыльность банков, и в конечном итоге влияет на стабильность банков [3-5].

Результаты исследования Л. Ливена и Г. Майнони по данным 45 стран определили, значительную отрицательную связь между убытками по ссудам и ростом кредита [6]. Аналогично Д. Фус и его коллеги, изучив 16 развитых стран с 1997 по 2007 года, продемонстрировали, что рост займа негативно связан с платежеспособностью банков, в связи с тем, что банки не могут пропорционально прирастить собственный капитал [7]. По результатам исследования Ж. С. Амадора и других, аномальный рост кредита в течение длительного периода увеличивал риск банков, которые сопровождалось с увеличением отношения неработающих кредитов к общей сумме кредитов и снижением платежеспособности банков [8]. В своем исследовании Д. Иган и М. Пинеиро использовали данные банков 90 стран в промежутке 1995 и 2005 годов в периоды бума и обнаружили отрицательную взаимосвязь между устойчивостью и кредитоспособностью банков [9]. Несмотря на приведенные выше результаты исследования, Ж. П. Фенек, Ю. К. Яп, и С. Шафик пришли к иному результату. Они не обнаружили подтверждение того, что кредит ослабляет устойчивость банковской системы [10].

Н. Низара и З. Абдул Карим провели исследование, используя данные 37 малазийских банков из баз данных Bankscore и МВФ, в период выборки входят 2008 и 2015 года [11].

Это исследование отличается от исследования Б. Бююккарабака и Н. Т. Валева тем, что они не рассматривают кредиты, предоставленные предприятиям, а также в этом исследовании домашние кредиты использовались для расчета общей суммы кредитов на уровне институционального банка. В результате этого исследования расчетный коэффициент потребительского кредита с банковской стабильностью был отрицательным и статистически значимым на уровне 1. Это говорит о том, что они имеют отрицательную корреляцию, а значит увеличение потребительского кредита снижает устойчивость банков.

В своем исследовании Э. Фрейтакас и Т. Мендельсонас пришли к такому выводу, что существует связь между кредитом домохозяйств и финансовой стабильностью, но эта связь недостаточна изучена [1].

Методология исследования. В настоящей работе используются качественные и количественные методологические подходы. Методы сбора информации: статистические данные с 2000 по 2012 годы, анкетирование, критический обзор литературы, охватывающий современные труды ученых.

Методы анализа информации: регрессионный анализ, трансформация отображения аналитических данных, анализ и синтез. Для построения модели авторы использовали реальные приведенные к базовому году и номинальные показатели (Таблица 1).

Таблица 1 – Переменные, упоминаемые в настоящей статье

Обозначение в уравнениях модели	Название показателя
Y_real Real GDP	ВВП, исчисленный методом конечного использования в Казахстане в ценах 2005 года, млрд. тенге
Y ^D	Чистый располагаемый доход в ценах 2000 года, годовые данные, млн. тенге
C_real	Расходы на конечное потребление домашних хозяйств в счете использования располагаемого дохода в ценах 2000 года, годовые данные, млн. тенге
C_nominal	Номинальные расходы на конечное потребление домашних хозяйств в счете использования располагаемого дохода, квартальные данные, млрд. тенге
CONSUMER_LOANS	Потребительский кредит, млрд. тенге
Im_real	Импорт товаров услуг в Казахстане в ценах 2005 года, млрд. тенге

r_real	Реальная ставка вознаграждения банков по выданным кредитам в Республике Казахстан
GDD_trd_r	Реальная валовая добавленная стоимость Торговли
Rincpop	Реальный среднемесячный доход населения
Rexppop	Реальный среднемесячный расход населения
Imp	Импорт
Exp	Экспорт
Poil	Цена на нефть марки Brent
GDP_def	Дефлятор ВВП
CPI	Индекс потребительских цен
Rate_kzt_consloan_0y_1y	Средневзвешенная ставка кредитования по краткосрочным потребительским кредитам в тенге
Rate_kzt_consloan_1y_iy	Средневзвешенная ставка кредитования по долгосрочным потребительским кредитам в тенге
CSI	Индекс потребительского доверия
Примечание – составлено авторами	

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

В Казахстане за последние несколько лет количество банков сократилось с 30 до 21 банка. Подобное слияние и поглощение привело к консолидации, что послужило повышению стабильности в банковском секторе. Лидирующее место по активам и ссудному портфелю 31 % и 33 % соответственно, занимает АО «Народный сберегательный банк Казахстана». Следующим идет АО «KaspiBank», доля активов 11 %, а ссудный портфель 14 %, затем по активам идет АО «Банк Центркредит» (10 %) и АО «Отбасы Банк» владеет 12 % ссудного портфеля. Сектор является концентрированным, на 10 крупнейших банков приходится 70 % общих активов и ссудного портфеля.

Потребительский кредит – кредит, предоставленный физическим лицам на приобретение товаров и услуг, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. В современных условиях наблюдается тенденция того, что ссудный портфель банков растет в основном за счет потребительских необеспеченных кредитов. В частности, на 1 ноября 2022 года доля потребительского кредитования составляет 33 % и имеет тенденцию к постоянному росту (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Кредиты банков второго уровня в разрезе отраслей экономики, на 1 ноября 2022 года

Примечание – составлено авторами на основе источника [12]

Взаимосвязь между потребительским кредитом и экономикой сложна и многогранна и может иметь как положительное, так и отрицательное влияние. В целом макроэкономика сильно зависит от банковской системы, что подтверждается такими показателями, как отношение банковских активов и кредитов к ВВП, которые составляет 46 % и 24 % соответственно. В последние годы во многих странах, в том числе и в Казахстане прослеживается негативная тенденция, которая заключается в следующем – кредитование домашних хозяйств опережает кредитование реального сектора производства и при этом растёт отношение долга домашних хозяйств к ВВП. Также рост потребительского кредитования в 2021 году значительно превысил номинальный темп роста ВВП, это можно увидеть на Рисунке 2 [13].

Эксперты полагают, что кредитование осталось единственным существенным фактором роста экономики на ближайший год.

В этой связи, авторы рассмотрели, взаимосвязь между потребительскими расходами домохозяйств и располагаемым доходом с 2000 по 2022 и получили функцию потребления (Рисунок 3).

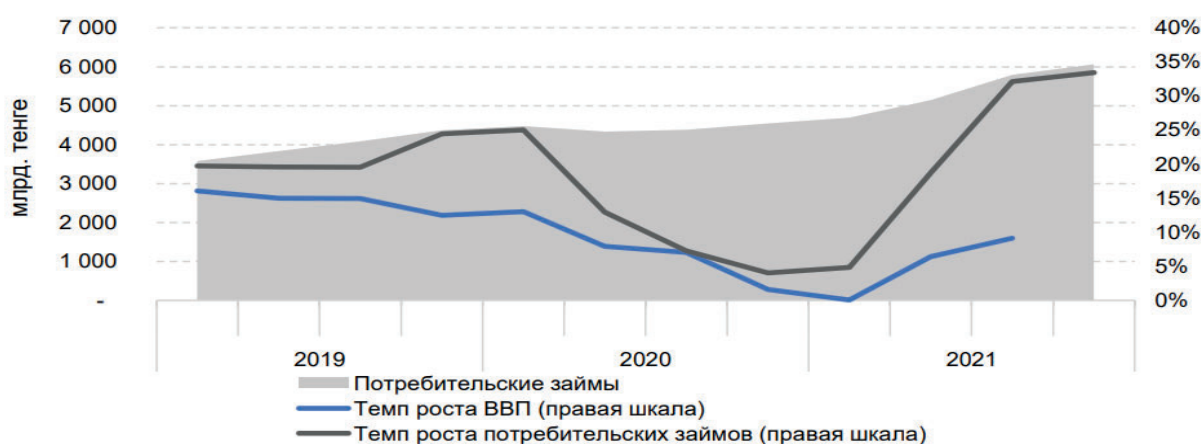


Рисунок 2 – Темпы роста потребительских займов и ВВП

Примечание – график из отчета о финансовой стабильности Казахстана 2021 [13]

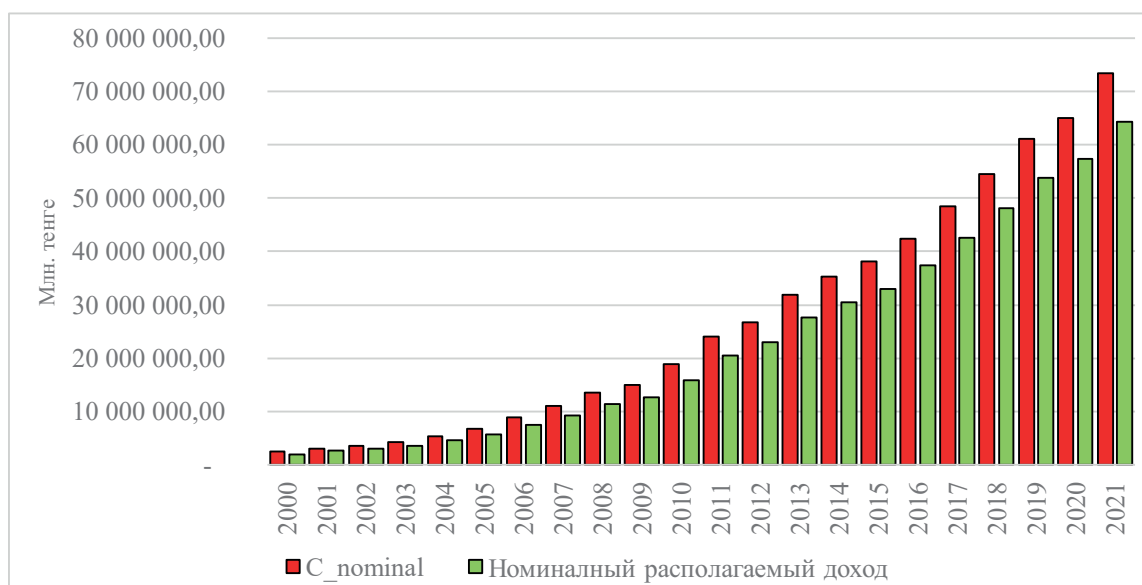


Рисунок 3 – Потребительские расходы и располагаемый доход домохозяйств

Примечание – составлено авторами на основе статистических данных

Анализ потребительской функции. Функции потребления в зависимости от чистого располагаемого дохода. Общий вид потребительской функции Кейнса имеет вид:

$$C_{real} = Ca + bY^d \quad (1)$$

где C_{real} – расходы на конечное потребление домашних хозяйств;

Ca – автономное потребление;

b – предельная склонность к потреблению;

Y^d – личный располагаемый доход.

На основе статистических данных за период 2000-2022 годы функция потребления для Казахстана имеет следующую эконометрическую оценку:

$$C_{real} = -3833.686 + 1.20617655823 * Y^D \\ R^2 = 0.994318 \quad (3)$$

где Y^D – чистый располагаемый доход в ценах 2000 года, годовые данные, млн. тенге.

Коэффициент b характеризует предельную склонность к потреблению (MPC), которая показывает изменение потребления в ответ на изменение личного располагаемого дохода на единицу. Это значение колеблется в пределах $0 \leq b \leq 1$, чем больше данный показатель, тем ниже уровень благосостояния населения, т.к. большая часть располагаемого дохода расходуется на потребление, а меньшая - на сбережение. В полученном уравнении предельная склонность к потреблению составила 1,206. На наш взгляд, то что MPC больше 1 было получено не случайно. Это свидетельствует о превышении потребления над личным располагаемым доходом, и о наличии высокого уровня кредитования потребительских расходов, а также теневых доходов у потребителей. Высокое значение предельной склонности к потреблению также сигнализирует о невысоком потенциале внутренних источников финансирования инвестиций. В результате к концу 2018 года сумма выданных кредитов стало превышать вложенные депозиты, тем самым население стало чистым заемщиком у банков.

Как можно заметить из уравнения (1), оценка автономного потребления отрицательна. Свободный параметр в регрессионном уравнении может быть отрицательным при условии превышения темпов роста зависимой переменной над темпами роста независимой переменной. В нашем случае, рост личного располагаемого дохода вызывает более существенный рост потребления на всем рассматриваемом диапазоне данных.

Для того, чтобы определить причины нерационального поведения домохозяйств мы проанализировали зависимость номинальных расходов домохозяйств от потребительских кредитов и получилась следующая функция:

$$d(C_{nominal}, 2) = -755,753 + 88,63923 * d(CONSUMER_LOANS, 2) \\ R^2 = 0,292584 \quad (4)$$

где $d(C_{nominal})$ – приведенные в стационарный вид номинальные расходы на конечное потребление домашних хозяйств в счете использования располагаемого дохода, квартальные данные, млрд. тенге;

$d(CONSUMER_LOANS, 2)$ – приведенные в стационарный вид потребительский кредит, квартальные данные, млрд. тенге.

Согласно, полученной регрессионной модели номинальное потребление домашних хозяйств почти на 30 % определяется уровнем потребительского кредитования.

Для более предметного анализа авторы сравнили динамику реальных среднемесячных доходов и расходов населения (Рисунок 4). И получили картину, которая подтверждает предыдущие выводы. Точнее за последние 8 лет среднемесячные фактические расходы населения превысили доходы

населения в среднем на 60 %, при этом максимальный разрыв приходится на первый квартал каждого года.



Рисунок 4 – Реальные среднемесячные доходы и расходы населения

Примечание – составлено авторами на основе статистических данных

Согласно полученным данным, реальные расходы населения превышают доходы в среднем в 1,5 раза, что свидетельствует об определенных проблемах в экономическом и финансовом поведении людей. Это может быть вызвано различными причинами, такими как чрезмерная зависимость от кредитных карт, слишком большой долг или просто жизнь за пределами своих финансовых возможностей.

По результатам линейной регрессии на рост потребительского кредита влияет снижение дохода с лагом на один шаг. Коэффициент детерминации линейного уравнения равен 20 %. Сравнительный анализ этих показателей выявил, что самый большой рост реального среднемесячного дохода населения составил 8 %, а рост потребительского кредита составил 40 %. Это указывает на то, что домохозяйства при снижении дохода увеличивали спрос на кредит, чтобы сохранить прежний уровень потребления.

Так как реальные доходы населения только на 20,7 % объясняют рост потребительского кредита, были построены и другие линейные регрессии между потребительским кредитом и макроэкономическими факторами. И отбирались по коэффициенту детерминации и значимости коэффициентов.

Согласно проведенным расчетам наиболее значимым фактором является реальная валовая добавленная стоимость торговли (Таблица 2), которая объясняет увеличение потребительского кредита на 23,4 %. Probability value (P-value) реальной валовой добавленной стоимости торговли меньше 5 % что подтверждает, статистическую значимость коэффициента регрессии, а константа не значима, поэтому уравнение выглядит так:

$$d(\text{CONSUMER_LOANS}, 2) = 0,9232 * d(\text{gdd_trd_r}) \quad (4)$$

Угол наклона данного уравнения показывает, что с увеличением реальной валовой добавленной стоимости торговли на 1 единицу потребительский кредит растёт в среднем на 0,9232. Probability (Jarque-Bera) показывает, что выборка данных распределена нормально. Вместе с тем, данный показатель, тесно коррелирует с ростом импортных товаров. Это подтверждает тот факт, что увеличение потребительского кредитования влечет за собой рост доходов торговым ритейлерам и импортерам.

Изменение инфляции измеренный через дефлятор ВВП объясняет поведение потребительского кредитования на 23 %. Корреляция между дефлятором ВВП и потребительским кредитом отрицательно. Следовательно, рост цен снижает спрос на товары и услуги, а также на потребительские кредиты.

В итоге наилучший результат множественной регрессии показывает, что все приведенные макроэкономические показатели только на 43,3 % объясняют рост потребительского кредитования. Расчеты показали, что добавление более 2 факторов, независимых переменных, не улучшает качество регрессионной модели, на что указывает скорректированное значение R-квадрат. Тем самым авторы предполагают, что на поведение потребителей при формировании спроса на кредит влияет не только экономические, но и психологические факторы.

Таблица 2 – Результаты линейной регрессии между потребительскими кредитами и макрофакторами

Dep. Variable	R^2	Adj. R^2	F-statistic	x	coef_x	std err	z_x	P> z _x	Durbin-Watson
d(CONSUMER_LOANS,2)	0,23	0,21	8,6	d(GDD_Trд_R)	0,92	0,3	2,93	0,007	1,90
d(CONSUMER_LOANS,2)	0,23	0,20	8,3	d(GDP_DEF)_lag_1	-0,78	0,3	-2,89	0,007	2,03
d(CONSUMER_LOANS,2)	0,21	0,19	7,6	d(imp)	443,49	161,1	2,75	0,010	1,86
d(CONSUMER_LOANS,2)	0,21	0,18	7,3	d(Rincpop_q)_lag_1	-1542	569,8	-2,71	0,011	1,96
d(CONSUMER_LOANS,2)	0,14	0,11	4,6	d(real_gdp)	251,38	117,3	2,14	0,041	2,02
Примечание – составлено авторами на основе регрессионного анализа d(CONSUMER_LOANS,2) – приведенный в стационарность потребительский кредит, зависимая переменная. Независимые переменные, которые оказались самыми значимыми в линейной регрессии, также приведенные в стационарный вид: d(GDD_Trд_R) – реальная валовая добавленная стоимость торговли d(GDP_DEF)_lag_1 – дефлятор ВВП с лагом на один шаг d(imp) – импорт d(Rincpop_q)_lag_1 – реальный среднемесячный доход населения d(real_gdp) – реальный ВВП									

Качественный анализ, проведенный авторами, имеет цель определения неэкономических факторов, влияющих на рост потребительского кредитования. Первый показатель – это индекс потребительских настроений, который определяет, насколько потребители уверены в состоянии экономики и своем финансовом положении. Индекс основан на опросах потребительских настроений и рассчитывается у нас Национальным Банком. Индекс варьируется от 0 до 200, при этом более высокие показатели свидетельствуют о более позитивных настроениях.

Существует тесная взаимосвязь между индексом потребительских настроений и потребительским кредитованием. Когда потребители испытывают оптимизм в отношении экономики и собственного финансового положения, они с большей вероятностью будут брать кредиты для совершения покупок. При высоких настроениях потребители также чаще используют кредитные карты для совершения покупок, что может привести к дальнейшему росту уровня потребительского кредитования и наоборот. При низких настроениях потребители больше сберегают деньги и больше снижают спрос на потребительские кредиты.

Для определения уровня настроения потребителей авторами был проведен опрос среди 128 респондентов. На основе ответов на 5 ключевых вопросов был рассчитан индекс потребительского настроения (CSI) (Таблица 3).

Согласно полученным расчетам CSI равен 156,9. Это свидетельствует о том, что в целом настроение потребителей в Республике Казахстан является оптимистическим. Большинство опрошенных верят в улучшение своего материального положения в будущем, и меньшинство выражает опасения на этот счет. Кроме того, значительная часть респондентов полагает, что экономические условия в стране будут улучшаться и очень оптимистичны.

Таблица 3 – Индекс потребительского настроения

Наименование индикатора	Респонденты	Число положительных ответов	Число ответов с оценкой «удовлетворительно» или «воздержался»	Число отрицательных ответов	Значение индикатора	Значение индекса
		N(+)	1/2 N(+)	N(-)	I	CSI
-изменения личного материального положения за последний год;	128	63	45	20	162,0853	156,8983
- изменения личного материального положения в ближайший год;		99	25	4	193,0736	
- перспектив развития страны в ближайший год;		54	37	37	132,4201	
- перспектив развития страны в ближайшие 5 лет;		51	60	17	165,3061	
отношение к совершению крупных покупок;		32	63	33	131,6062	
Примечание – рассчитан авторами на основе опроса						

Вместе с тем Национальный Банк производит регулярный мониторинг развития кредитного рынка с помощью ежеквартального обследования банков второго уровня по кредитным условиям. Целью проведения опроса, является определения влияние таких факторов, как рекламные компании, сроки кредитования и процентные ставки на спрос потребительского кредитования (Рисунок 5).

По результатам опроса выяснилось, что изменение условий кредитования, включая изменение сроков кредитования, процентных ставок, комиссий и других кредитных условий, не имеют значительно-го влияние на количество выданных потребительских кредитов.

Однако, как показали результаты опроса за период с 1 квартала 2011 года по 3 квартал 2022 года, проведение маркетинговых акций и рекламных кампаний оказывает наибольшее влияние на спрос на потребительские кредиты, особенно в 3 и 4 кварталы (Рисунки 6, 7).



Рисунок 5 – Влияние изменения кредитных условий на рост потребительских кредитов

Примечание – составлено авторами на основе данных [12]



Рисунок 6 – Влияние проведение маркетинговых акций и рекламных кампаний на рост потребительских кредитов

Примечание – составлено авторами на основе данных [12]



Рисунок 7 – Влияние потребности в кредитах на рост потребительских кредитов

Примечание – составлено авторами на основе данных [12]

Таким образом, на основании проведенного обследования банков второго уровня по кредитным условиям был сделан вывод о том, что проведение маркетинговых акций и рекламных кампаний является одним из наиболее эффективных способов влияния на поведение людей и повышение спроса на потребительские кредиты. Из этого следуют, что люди более подвержены психологическим факторам, таким как эмоции и позитивный настрой при принятия экономических решений. Такой нерациональный способ поведения приводит к ошибкам и долгосрочным убыткам людей.

Основоположник макроэкономики Дж. М. Кейнс подобное поведение людей называл как «ошибки оптимизма» и определял это так: «Бум, которому суждено закончиться крахом, это такое состояние, когда излишний оптимизм берет верх над нормой процента, которая при более трезвом рассмотрении представлялась бы чрезмерной» [14]. По результатам отчета регулярной оценки качества активов AQR (asset quality review) 2022 года в Казахстане одна из самых высоких процентных ставок по потребительским кредитам, и они могут достигать 30 и более процентов, что значительно выше, чем во многих других странах.

В 1979 году исследователи в области когнитивной психологии Даниэль Канеман и Амос Тверски доказали, что люди часто демонстрируют склонность к абсолютно нерациональному поведению [15-16]. Они определили множество когнитивных искажений (более 200), которые не позволяют людям принимать рациональные решения.

Авторы видят необходимость привести некоторые из них, чтобы объяснить поведение наших заемщиков, они следующие:

1. *Ошибки оптимизма и пессимизма.* Ошибки оптимизма возникают у людей из-за отсутствие критической оценки реальности и завешенных оптимистических ожиданий. В результате минимизации негативных сценариев, человек может потерпеть материальный и моральный крах. Напротив, при ошибке – пессимизма люди завышают вероятность негативного сценария и не склоны рисковать.

2. *Гиперболическое дисконтирование* – это отказ от применения людьми гиперболического дисконтирования вместо экспоненциального [17]. Простыми словами – это когда люди хотят получить сразу меньший доход, хотя могли получить доход в большем размере в более поздний период. Под воздействием гиперболических временных предпочтений люди начинают больше потреблять, а не сберегать и т. д. Данное явление подтверждается недавними результатами опроса, которые показали, что 77 % казахстанцев не имеют никаких сбережений, при этом 20 % людей имеют незначительные накопления на «черный день». А 3 % опрошенных вообще не смогла ответить на вопрос. Гиперболического дисконтирования активно используется в маркетинге. При проведении маркетинговых акций основная стратегия такого воздействия заключается в усилении акцента на немедленное вознаграждение и наслаждение от покупки. К примеру, используются следующие инструменты: онлайн-кредиты, рассрочки, оплаты частями и беспроцентный период кредитования, предложение какого-либо немедленного бонуса и т. д. Программа Bill Me Later «Рассчитайте меня позже» платежной системы PayPal также строится по принципу гиперболического дисконтирования.

3. *«Холодные» и «горячие» психологические состояния.* Эмоциональное состояние, в котором находится человек, может оказывать решающее влияние при совершении сделок. Человек, который находится в «горячем» эмоциональном состоянии (гнева, страха, восхищения, возбуждения и т. д.) не способен принимать рациональные решения. Напротив, в «холодном» (спокойствия, хладнокровия и т. д.) он принимает обдуманные решения [18]. Проще говоря, в «горячих» состояниях люди бывают очень оптимистичными и могут переоценить сиюминутную прибыль от принимаемых решений и недооценить долгосрочные убытки от такого выбора.

Подобное психологическое состояние также активно используется торговыми ритейлерами и банками, последние имеют своих представителей в торговых центрах. Тем самым, используя «горячее» состояние покупателей, банки предлагают удовлетворить потребность, воспользовавшись кредитом здесь и сейчас. Таким образом, мы видим, что казахстанцы очень оптимистично настроены, склоны предпочитать незначительные и немедленные выигрыши большим и более поздним и совершают сделки в «горячем» состоянии. Все это подтверждают то, что поведение потребителей сильно зависят от когнитивных искажений и нерационально.

На сегодняшний день учеными определено около 300 когнитивных ошибок и иллюзий, которому подвергается человеческое сознание [19-22]. Современные нейро-маркетологи активно используют эти знания для достижения своих целей.

С одной стороны, потребительский кредит может увеличить экономический рост через стимулирование совокупного спроса, что может оказать положительное влияние на банковскую систему. Вместе с тем, когда потребительский кредит растет слишком быстро с активным использованием

психологических инструментов, это несет в себе риски стабильности банковской системы. Большие доходы банков и торговых ритейлеров в краткосрочном периоде могут обернуться дефолтом долгосрочной перспективе. Причиной может стать, неспособность заемщика выплачивать свои кредиты, что приводит к росту неплатежей и увеличению объема неработающих кредитов. Нужно отметить, что основная часть потребительских займов принадлежит группе населения с небольшим уровнем дохода, данный факт в будущем может обернуться увеличением проблемных кредитов. Хотя в текущем году, проблемные кредиты по сравнению с предыдущими годами уменьшились, в результате выкупа активов со стороны государства и умеренного взыскания задолженности. Несмотря на это, авторы отмечают, что рост кредитных операций в потребительском секторе повышают риск дефолта заемщика и оказывает негативное влияние на финансовую устойчивость.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. В Казахстане кредитование домашних хозяйств опережает кредитование реального сектора производства и при этом растёт отношение долга домашних хозяйств к ВВП. Рост потребительского кредитования в 2022 году значительно превысил номинальный темп роста ВВП. Потребительский кредит может привести к сокращению инвестиций в экономике, поскольку люди могут предпочесть использовать свои средства на потребление, а не на сбережения, которые формируют инвестиционный потенциал.

2. Полученная функция потребления продемонстрировала положительную зависимость потребления домохозяйств от чистого располагаемого дохода домашних хозяйств. Для функции потребления характерны высокая предельная склонность к потреблению (больше единицы), свидетельствующая о высоком уровне потребления в кредит и теневых доходах, отрицательная оценка автономного потребления, указывающая на превышение темпов роста потребления по сравнению с темпами роста доходов.

3. Согласно полученной регрессионной модели, номинальное потребление домашних хозяйств почти на 30 % определяется уровнем потребительского кредитования.

4. На основе сравнительного анализа реальных среднемесячных доходов и расходов населения получили картину, что за последние 8 лет среднемесячные фактические расходы населения превысили доходы населения в среднем на 60 %. Это объясняется чрезмерной зависимостью населения от кредитов, и привычкой жить за пределами своих финансовых возможностей.

5. Согласно результатам линейной регрессии, на рост потребительского кредита влияет снижение дохода с лагом на один шаг. При сравнении самый большой рост потребительского кредитования составил 40 %, тогда как доход увеличился на 8 %. Это указывает на то, что домохозяйства при снижении дохода увеличивали спрос на кредит, чтобы сохранить прежний уровень потребления.

6. При проведении расчетов было выявлено, что потребительское кредитование положительно влияет на реальную валовую добавленную стоимость торговли. Вместе с тем, данный показатель, тесно коррелирует с ростом импортных товаров. Это подтверждает тот факт, что увеличение потребительского кредитования влечет за собой рост доходов торговым ритейлерам и импортерам.

7. Инфляция (Дефлятор ВВП) обратно пропорционально влияет на изменение потребительского кредитования. $R^2 = 0.2292$. Следовательно, рост цен снижает спрос на товары и услуги, а также на потребительские кредиты.

8. Итоговый результат множественной регрессии показывает, что все приведенные макроэкономические показатели только на 43,3 % объясняют рост потребительского кредитования.

9. Определение неэкономических факторов, влияющих на рост потребительского кредитования, таких как, индекс потребительских настроений (CSI) выявило психологические аспекты исследования. В результате проведенного опроса получили, что $CSI = 156,9$, что свидетельствуют об оптимистическом настроении потребителей в Казахстане.

10. Мониторинг Национального Банка участников финансового рынка определил, что изменение условий кредитования, включая изменение сроков кредитования, процентных ставок, комиссий и других кредитных условий, не имеют значительного влияния на количество выданных потребительских кредитов.

11. На основании проведенного обследования банков, был сделан вывод о том, что проведение маркетинговых акций и рекламных кампаний является одним из наиболее эффективных способов влияния на поведение людей и повышение спроса на потребительские кредиты. Однако, когда потребительский кредит растет слишком быстро с активным использованием психологических инструментов, это несет в себе риски стабильности банковской системы.

12. Из этого следует, что люди более подвержены психологическим факторам, таким как эмоции и позитивный настрой при принятии экономических решений. Такой нерациональный способ поведения приводит к ошибкам и долгосрочным убыткам людей.

13. Современными учеными в результате экспериментов выявлено более 200 когнитивных искажений, которые не позволяют людям принимать рациональные решения. Именно такие ошибки как: «ошибки оптимизма», «гиперболическое дисконтирование», «горячее и холодное состояние» оказывают наибольшее влияние на поведение людей при принятии решения относительно потребительского кредитования. Эти и другие когнитивные искажения людей, активно используются в нейромаркетинге для продажи товаров и услуг.

14. Авторы полагают, что быстрый рост потребительского кредитования объясняется в большей степени влиянием психологических факторов, а не экономических. Развитие цифровых технологий, позволяют бесконтрольно применять инструменты нейромаркетинга, которые усиливают иррациональное поведение потребителей. В этой связи авторы предлагают некоторые виды "поведенческой" политики для повышения рационального выбора при выдаче кредитов:

- для устранения когнитивных искажений таких как «ошибки оптимизма» и «гиперболическое дисконтирование» рекомендуется обязательное полное раскрытие информации при потребительском кредитовании, в качестве опции по умолчанию и полный запрет кредитных карт;

- для профилактики ошибки в «горячих» психологических состояниях: закрепление в законе периодов «охлаждения», при выдаче потребительских кредитов, как это предусмотрено в семейном праве; в торговле при возврате товаров и т. д.

15. Таким образом, хотя потребительский кредит может дать толчок экономике за счет увеличения потребления и совокупного спроса, но может иметь и негативные последствия, такие как увеличение уровня задолженности, сокращение сбережений и повышенный риск дефолта. Когнитивные ошибки выявленные в результате исследования, чреваты серьезными потерями в благосостоянии – как для отдельного человека, так и для всего общества. Государство может устранять подобные потери с помощью внедрения политики нового государственного патернализма или «наджа» предложенный Р. Талером [22].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Freitakas E., Mendelsonas T. Research problems in analysis of relationship between financial stability and aggregated debts // KSI Transaction on Knowledge Society. – 2015. – № 8(1). – P. 14-18.
2. Büyükkarabacak B., Valev N. T. The role of household and business credit in banking crises // Journal of Banking and Finance. – 2010. – № 34(6). – P. 1247-1256.
3. Salas V., Saurina J. Credit risk in two institutional regimes: Spanish commercial and savings banks // Journal of Financial Services Research. – 2002. – № 22(3). – P. 203-224.
4. Nkusu M. Nonperforming loans and macro-financial vulnerabilities in advanced economies // IMF Working Papers. No. 11/161. – 2011. – 27 p.
5. Louzis D. P., Vouldis A. T., Metaxas V. L. Macroeconomic and bank-specific determinants of nonperforming loans in Greece: A comparative study of mortgage, business and consumer loan portfolios // Journal of Banking and Finance. – 2012. – № 36(4). – P. 1012-1027.
6. Leaven L., Majnoni G. Loan loss provisioning and economic slowdowns: Too much, too late // Journal Finance Intermediate. – 2003. – № 12. – P. 178-197.
7. Foos D., Norden L., Weber M. Loan growth and riskiness of banks // Journal of Banking and Finance. – 2010. – № 34(12). – P. 2929-2940.

8. Amador J. S., Gómez-González J. E., Pabón A. M. Loan growth and bank risk: New evidence // *Financial Markets and Portfolio Management*. – 2013. – № 27(4). – P. 365-379.
9. Igan D., Pinheiro M. Credit growth and bank soundness: Fast and furious // *IMF Working Papers*. No. 11/278. – 2011. – 27 p.
10. Fenech J.-P., Yap Y. K., Shafik S. Can the Chinese banking system continue to grow without sacrificing loan quality? // *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. – 2014. – № 31. – P. 315-330.
11. Nurhuda N., Zulkefly A. K. The Relationship Between Household Credit and Banking Stability in Malaysia: Panel Evidence // *Gadjah Mada International Journal of Business*. – 2021. – № 23(2). – P. 155-172.
12. Статистические данные [Электронный ресурс] // Официальный сайт Национального банка Республики Казахстан. – б. д. – URL: <https://nationalbank.kz/ru/page/denezhno-kreditnaya-statistika> (Дата обращения: 01.02.2023).
13. Отчет о финансовой стабильности Казахстана 2021. – Нур-Султан: Национальный Банк Казахстана, 2022. – 155с.
14. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег // Антология экономической классики. – М.: Эконов, 2000. – 375 с.
15. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // *Психологический журнал*. – 2003. – Т. 24. № 4. – С. 31-42.
16. Канеман Д., Словик П., Тверски А. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения. – ИПП «Гуманитарный центр», 2005. – 632 с.
17. Laibson D. Golden eggs and hyperbolic discounting // *Quarterly Journal of Economics*. – 1997. – № 112(2). – P. 443-477.
18. Camerer C. F., Loewenstein G., Prelec D. Neuroeconomics: why economics needs brains // *Scandinavian Journal of Economics*. – 2004. – № 106(3). – P. 555-579.
19. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // *THESIS*. – 1993. – № 1(3). – С. 16-38.
20. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения. – М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2010. – 336 с.
21. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Животный дух (*Spiritus Animalis*), или как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / пер. с англ. Д. Прияткина. – М.: Юнайтед Пресс, 2011. – 273 с.
22. Талер Р., Санстейн К. *Nudge: Архитектура выбора*. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.

REFERENCES

1. Freitakas, E. and Mendelsonas, T. (2015). Research problems in analysis of relationship between financial stability and aggregated debts. *KSI Transaction on Knowledge Society*, 8(1), 14-18.
2. Büyükkarabacak, B. and Valev, N. T. (2010). The role of household and business credit in banking crises. *Journal of Banking and Finance*, 34(6), 1247-1256.
3. Salas, V. and Saurina, J. (2002). Credit risk in two institutional regimes: Spanish commercial and savings banks. *Journal of Financial Services Research*, 22(3), 203-224.
4. Nkusu, M. (2011). Nonperforming loans and macro-financial vulnerabilities in advanced economies. *IMF Working Papers*, No. 11/161, 27 p.
5. Louzis, D. P., Vouldis, A. T. and Metaxas, V. L. (2012). Macroeconomic and bank-specific determinants of nonperforming loans in Greece: A comparative study of mortgage, business and consumer loan portfolios. *Journal of Banking and Finance*, 36(4), 1012-1027.
6. Leaven, L. and Majnoni, G. (2003). Loan loss provisioning and economic slowdowns: Too much, too late. *Journal Finance Intermediate*, 12, 178-197.
7. Foos, D., Norden, L. and Weber, M. (2010). Loan growth and riskiness of banks. *Journal of Banking and Finance*, 34(12), 2929-2940.

8. Amador, J. S., Gómez-González, J. E. and Pabón, A. M. (2013). Loan growth and bank risk: New evidence. *Financial Markets and Portfolio Management*, 27(4), 365-379.
9. Igan, D. and Pinheiro, M. (2011). Credit growth and bank soundness: Fast and furious? IMF Working Papers, No. 11/278, 27 p.
10. Fenech, J.-P., Yap, Y. K. and Shafik, S. (2014). Can the Chinese banking system continue to grow without sacrificing loan quality? *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 31, 315-330.
11. Nurhuda, N. and Zulkefly, A. K. (2021). The Relationship Between Household Credit and Banking Stability in Malaysia: Panel Evidence. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(2), 155-172.
12. Statistical data. (n.d.). Official website of the National Bank of the Republic of Kazakhstan. Retrieved February 1, 2023, from <https://nationalbank.kz/ru/page/denezhno-kreditnaya-statistika> (In Russian).
13. Otchet o stabilnosti Kazakhstana 2021. (2022), Nur-Sultan, National Bank of Kazakhstan, 155 p. (In Russian).
14. Keynes, J. M. (2000). *Obshchaya teoriya zanyatosti, procenta i deneg* // *Antologiya ekonomicheskoy klassiki*. Ekonov, Moscow, 375 p. (In Russian).
15. Kahneman, D. and Tversky, A. (2003). Racional'nyj vybor, cennosti i frejmy. *Psikhologicheskij zhurnal*, 24(4), 31-42 (In Russian).
16. Kahneman, D., Slovik, P. and Tversky, A. (2005). *Prinyatiye resheniy v neopredelennosti: Pravila i predubezhdeniya*, IPP, «Gumanitarnyy tsentr», 632 p. (In Russian).
17. Laibson, D. (1997). Golden eggs and hyperbolic discounting. *Quarterly Journal of Economics*, 112(2), 443-477.
18. Camerer, C. F., Loewenstein, G. and Prelec, D. (2004). Neuroeconomics: why economics needs brains. *Scandinavian Journal of Economics*, 106(3), 555-579.
19. Simon, H. (1993). Racional'nost' kak process i produkt myshleniya. *THESIS*, 1(3), 16-38 (In Russian).
20. Arieli, D. (2010). *Predskazuyemaya irratsional'nost'*. Skrytyye sily, dostigayushchiye nashikh resheniy, Moscow, Mann, Ivanov and Ferber, 336 p. (In Russian).
21. Akerlof, G. and Shiller, R. (2011). *Zhivotnyy dukh (Spiritus Animalis), ili kak chelovecheskaya psikhologiya upravlyayet ekonomikoy i pochemu eto vazhno dlya bor'by s kapitalizmom* / translated from English by Priyatkina, D., Moscow, Yunayted Press, 273 p. (In Russian).
22. Thaler, R. and Sunstein, K. (2017). *Nudge: Arkhitektura vybora*, Moscow, Mann, Ivanov and Ferber, 240 p. (In Russian).

THE IMPACT OF CONSUMER CREDIT ON THE STABILITY OF THE BANKING SYSTEM: ANALYSIS OF ECONOMIC AND PSYCHOLOGICAL FACTORS

D. B. Kanagatova^{1*}, N. S. Kenzheliyeva¹

¹Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

The purpose of the research is to determine the impact of consumer lending on bank sustainability and to assess its dependence on economic indicators.

Methodology. The research methodology is based on qualitative and quantitative approaches. The methods of regression analysis, transformation of analytical data mapping, analysis and synthesis were used in the article.

Originality / value of the research lies in the fact that the authors have determined the dependence of consumer lending on both macroeconomic and psychological factors on the basis of calculations.

Findings. The authors, through econometric calculations, obtained the consumer function as the main indicator of aggregate demand, which affects economic growth. They revealed a low dependence of consumer

credit on: interest rate, average monthly income of the population and inflation. The result of multiple regression showed that macroeconomic factors explained only 43,3 % of consumer credit growth. Along with this, the authors identified a significant impact of consumer credit on imports and gross value added of trade.

Based on qualitative analysis, the authors calculated the Consumer Sentiment Index (CCI), based on a survey of 128 respondents. The survey found that consumers are optimistic and highly susceptible to psychological instruments of influence, such as marketing and promotions. Also, the authors believe that the perception of debt burden and credit availability influenced the dramatic growth of this banking product.

Arguing their assumptions by citing contemporary research by economists, the authors determined that changes in demand for consumer credit are determined more by psychological factors than economic ones. The increase in household final expenditures was due to an increase in consumer credit, which stimulated aggregate demand in the short run and thereby influenced economic growth. At the same time, in recent years in Kazakhstan, lending to households has outpaced lending to industries and the ratio of household debt to GDP has been increasing. This trend may lead in the long run to bank defaults and economic recession in the country. Based on this, the authors have proposed some recommendations to address these problems.

Keywords: Consumer credit, banking and financial stability, macroeconomic stability, psychological factors, cognitive distortions.

ТҰТЫНУШЫЛЫҚ НЕСИЕНІҢ БАНК ЖҮЙЕСІНІҢ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫНА ӘСЕРІ: ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖӘНЕ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ФАКТОРЛАРДЫ ТАЛДАУ

Д. Б. Канагатова^{1*}, Н. С. Кенжеғалиева¹

¹Нархоз Университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

АНДАТПА

Зерттеудің мақсаты – тұтынушылық несиелеудің банктік тұрақтылыққа әсерін анықтау және оның экономикалық көрсеткіштерге тәуелділігін бағалау.

Зерттеу әдістемесі сапалық және сандық тәсілдерге негізделген. Мақалада регрессиялық талдау әдістері, аналитикалық деректерді түрлендіру, талдау және синтез қолданылды.

Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы – авторлар есептеулер негізінде тұтынушылық несиелеудің макроэкономикалық және психологиялық факторларға тәуелділігін анықтады.

Зерттеу нәтижелері. Авторлар эконометрикалық есептеулер нәтижесінде экономикалық өсуге әсер ететін жиынтық сұраныстың негізгі көрсеткіші ретінде тұтынушылық функцияны алды. Тұтынушылық несиелеудің пайыздық мөлшерлемелерден, халықтың орташа айлық табысынан және инфляциядан төмен тәуелділігі анықталды. Жиынтық регрессия макроэкономикалық факторлардың тек 43,3 %-ға тұтынушылық несиелеудің өсуін түсіндіретінін көрсетті. Сонымен қатар, авторлар тұтынушылық несиелердің импортқа және сауданың жалпы қосылған құнына айтарлықтай әсерін анықтады.

Сапалы талдау негізінде авторлар 128 респондент қатысқан сауалнама негізінде тұтынушылық көңіл-күй индексі (CCI) есептеді. Сауалнама нәтижесі бойынша тұтынушылар оптимистік көңіл-күйге ие әрі маркетингтік және жарнамалық акциялар сияқты психологиялық әсер ету құралдарына өте сезімтал екендігі анықталды. Сондай-ақ, авторлар осы банктік өнімнің күрт өсуіне қарыз ауыртпалығын қабылдау және несиенің қолжетімді болуы әсер етті деп санайды.

Өз болжамдарын экономистердің заманауи зерттеулеріне сілтеме жасай отыра дәлелдеп, авторлар тұтынушылық несиелерге сұраныстың өзгеруі экономикалық емес, психологиялық факторлармен түсіндірілетіндігін анықтады. Үй шаруашылықтарының түпкілікті шығындарының өсуі тұтынушылық несиелендірудің ұлғаюына байланысты деп айтуға болады, бұл қысқа мерзімде жиынтық сұранысты ынталандырды және осылайша экономикалық өсуге әсер етті. Сонымен қатар, соңғы жылдары Қазақстанда үй шаруашылықтарын кредиттеу өндірістерге берілетін кредиттерден озып кетті және үй шаруашылықтары борышының ЖІӨ-ге қатынасы артып келеді. Бұл үрдіс ұзақ мерзімде банктердің

дефолтына және экономикалық рецессияға әкелуі мүмкін. Осыған сүйене отырып, авторлар осы мәселелерді шешу үшін кейбір ұсыныстар жасады.

Түйін сөздер: Тұтынушылық несие, банктік және қаржылық тұрақтылық, макроэкономикалық тұрақтылық, психологиялық факторлар, когнитивті бұрмаланулар.

ОБ АВТОРАХ

Канагатова Дина Баубериковна – кандидат экономических наук, PhD, Коуч (ICF), Академия спорта и туризма, Алматы, Республика Казахстан, e-mail: 11227799@mail.ru*

Кенжеғалиева Нұрлы Саматқызы – магистрант, Университет Нархоз, Алматы, Республика Казахстан, e-mail: nurly.kenzhegaliyeva@narhoz.kz