

Соколова Я. Ю.

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР РОСТА
ВНУТРЕННЕГО РЫНКА. СБЕРЕЖЕНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА КАК ОСНОВА ДЛЯ
КРЕДИТОВАНИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/9/50.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 9 (28). С. 143-147. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Кроме того, возможное перераспределение собственности на перерабатывающих подсолнечник предприятиях путем поглощения маслодобывающих заводов приведет к монополизации регионального рынка подсолнечника со стороны спроса.

Производство и переработка подсолнечника имеет большое значение для экономики области. В этой связи весьма важным является разработка комплекса организационно-экономических мероприятий, реализация которых позволит увеличить объемы производства подсолнечника в регионе.

Учитывая тот факт, что удельный вес подсолнечника в структуре посевных площадей области довольно высокий (в 2007 г. в хозяйствах всех категорий он составил 18,5% при существующих рекомендациях для ЦЧР не более 12,5%), становится очевидным, что увеличения объемов производства подсолнечника можно достичь лишь интенсивными методами. Это, прежде всего, применение интенсивных технологий возделывания подсолнечника, базирующихся на использовании высокоурожайных сортов и гибридов, внесении минеральных, использовании средств защиты растений. Считаем целесообразным рекомендовать сельскохозяйственным предприятиям при транспортировке продукции учитывать сырьевые зоны перерабатывающих подсолнечник предприятий, что позволит минимизировать затраты на транспортировку сырья и снизить себестоимость. А это в свою очередь, даст им конкурентное преимущество на рынке.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР РОСТА ВНУТРЕННЕГО РЫНКА. СБЕРЕЖЕНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА КАК ОСНОВА ДЛЯ КРЕДИТОВАНИЯ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Соколова Я. Ю.

Государственный университет – Высшая школа экономики

Очевидно, что разразившейся в России с октября 2008 года кризис сильнее всего ударил по средним русским. Как минимум, у них сократились возможности получать дешевые кредиты, как максимум – они просто лишились работы.

Однако 7 апреля 2009 года, выступая на конференции в Высшей школе экономики, заместитель председателя Центробанка А. Улюкаев заявил, что «дно» пройдено – в скором времени кризис закончится. На этот счет существуют, увы. И прямо противоположенные мнения.

И все-таки, принимая во внимание мнение столь авторитетного, уполномоченного лица,

Можно рассчитывать, что скоро ситуация вернется в докризисную зону, сохранятся прежние тенденции развития российского общества.

Пока что это прогнозы и надежды. Тем не менее, в сложившейся ситуации представляется особенно актуальным разобраться, есть ли в современной России средний класс, кого можно к нему относить, каковы определяющие критерии, отличающие эту группу людей от других, каковы жизненные приоритеты и тенденции потребления средних русских.

Проект «Стиль жизни среднего класса» ведется деловым журналом Эксперт — с 2000 года. Каждый год, весной и осенью, в крупнейших городах страны проводится углубленный опрос нескольких тысяч представителей среднего класса, в ходе которого выясняются детали его социально-экономического портрета и поведения на товарных и финансовых рынках. В качестве аналитических переменных в исследовании были включены следующие показатели: пол и возраст респондентов; месячный доход на члена семьи; регион проживания; образование; социальный статус; стадия жизненного цикла семьи; социальное положение в структуре среднего класса.

В настоящее время (впрочем, эта тенденция сохраняется уже около 6 лет) такие факторы роста российской экономики, как девальвация и высокий уровень цен на нефть, практически полностью исчерпаны. Рост ВВП: 6,8%¹ за 2008 год осуществляется за счет роста внутреннего спроса и внутреннего рынка, соответственно. Основным потребителем большинства товаров и услуг является российский средний класс. Насколько велик потенциал роста внутреннего потребления? Что именно стремятся потреблять «средние русские»? Каковы объемы различных сегментов рынка? Какие сегменты могут расти особенно бурно? Часть ответов на эти вопросы может дать анализ найденных нами закономерностей в динамике потребления российского среднего класса.

Являясь мобильным и довольно обеспеченным, именно он задает динамику многих рынков: именно в тех нишах, которые ориентированы на его обслуживание, возникают рынки с высокими нормами рентабельности, а значит, инвестиции в эти сегменты могут дать наибольший импульс всей российской экономике.

Тут требуется определить, собственно, сам объект исследования.

Разные дисциплины предлагают разные определения среднего класса. Социологи, политологи, экономисты, историки, рассматривая эту проблему через призму собственных знаний, по определению не могут прийти к общему знаменателю. Это естественно, поскольку разные науки предполагают разные веса для

¹ Данные из лекции Министра Финансов РФ С. Кудрина для студентов ГУ-ВШЭ.

критериев определения среднего класса. Для социолога, например, важнейшими факторами станут самоопределение и социальный статус, для экономиста - диапазон доходов и экономическая активность.

Таким образом, оценка численности этой категории населения очень сильно варьируется в зависимости от оценивающего источника. Тем не менее, главным критерием принадлежности к среднему классу все равно признается доход. Если обобщить все существующие определения среднего класса, то можно отметить, что два таких важнейших критерия, являющихся во всех остальных обществах функцией дохода, как владение недвижимостью и наличие высшего образования (оба являются функцией дохода в странах со зрелой рыночной экономикой) малоприменимы к Российскому среднему классу: у многих людей высшее образование еще советское, бесплатное и собственное жилье осталось «в наследство» от советских времен.

Деловой журнал «Эксперт» так формулирует определение среднего класса:

«Российский средний класс - это люди, которые благодаря своему образованию и профессиональным качествам смогли адаптироваться к условиям современной рыночной экономики и обеспечить своим семьям адекватный времени уровень потребления и образ жизни»¹.

Очевидно, это определение наиболее точно описывает, что именно отличает средний класс от остального населения страны.

Многие авторитетные источники, в том числе и журнал Эксперт, пытались «очертить границы» доходов, располагая которыми, люди могут быть отнесены к среднему классу. Но, судя по вышеприведенному определению, данные границы настолько изменчивы (в связи с ростом уровня доходов и инфляцией), что мы тоже не будем стараться привести их, ограничимся только упоминанием того, что на середину 2007 г. средняя зарплата в РФ составила 13 тыс. руб.² на человека в месяц. Далее, мы должны учитывать паритет покупательной способности – на одну и ту же сумму в разных регионах можно себе позволить разное количество товаров и услуг - должны иметь в виду, что кроме работающих членов семьи, в семьях существуют еще иждивенцы и пенсионеры и еще множество нюансов. Тем не менее, 13 тыс. руб. (по курсу \$ 24,5) мы берем за медианную линию. Естественно, что эти данные требуют своевременного мониторинга и «освежения».

В 92-м году, после либерализации все российское население распределилось, на две группы: примерно 99% стали абсолютно бедны, и примерно 1% стал очень богат. Собственно, 99% имели доход 15 долларов на человека в семье, а 1% -- те, которые создавали компании, участвовали в приватизации, участвовали в создании банков имели совсем другие доходы. Соответственно, основных типов рынков тоже можно было выделить два: первый рынок - бедный и массовый - обслуживали челноки. Второй рынок обслуживали бутики с нормами доходности под тысячу процентов. В России сложились два полярных быстро растущих рынка - рынок для бедных и рынок для богатых. Динамика рынков была практически одинакова, поскольку в целом потребительские доходы возрастали. Структура расходов и структура доходов становилась все более гомогенной. В 1996-м году впервые в России появилась новая категория покупателей, которые не были ни богаты, ни абсолютно бедны, и которых можно относить к среднему классу. Эта группа людей была в то время крайне малочисленна. Но общее представление о том, что средний класс является основой стабильности страны - уже было вынесено из опыта подавляющего большинства западных стран.

Любопытно отметить, что нарождающиеся представители среднего класса (тогда к ним относили граждан с уровнем дохода от 150 долларов на человека в месяц до 1000 долларов на человека в месяц) были (и есть) абсолютно политически пассивны. Объясняется это следующими причинами: бедные слои общества проявляют политическую активность, потому, как недовольны результатами постсоветского передела собственности и хотят устроить новый передел – в свою пользу. Богатые люди политически активны, так как им есть что защищать. «Средние русские» подавляющую часть своего времени тратят на зарабатывание денег, что бы поддержать сложившийся уровень жизни и им некогда заниматься политикой.

Если в 2001 году к среднему классу по уровню дохода мы относили не более 15% населения, сегодня количество наших соотечественников, соответствующих широкому толкованию определения "средний класс" превысило 37% населения. Минэкономразвития РФ прогнозирует, что к 2020 году половина россиян будет относиться к среднему классу (при условии достаточно быстрого выхода российской экономики из текущего экономического кризиса). Долгосрочный прогноз, разработанный министерством до 2020 года, предполагает, что реальные располагаемые доходы населения к 2020 году вырастут в 2,5 раза по сравнению с 2009 годом. Это приведет к тому, что 52% россиян можно будет отнести к среднему классу.

Для того чтобы почувствовать, в какой фазе экономического развития находятся средние русские (напрямую сравнивать среднемесячный доход на человека в семье на Западе и в России не представляется разумным), была изучена структура расходов (структура лучше, чем объемы, дает возможность оценить, какие потребности сегодня в состоянии удовлетворить человек), и оказалось, что существуют огромные совпадения (имеется ввиду соотношения дохода и расходов на те или иные блага в процентах) между структурой расходов современного «среднего русского» и структурой расходов среднего гражданина США в 1950-1965 годах. То есть, существуют определенные структурные совпадения с некоторыми отклонениями, разумеется, объясняемыми особенностями отдельных рынков. Лучше всего это видно по доле расходов на питание – по 25% и у нас, и у них!

¹ Объект и методика исследования // Эксперт. 2004. № 7 (408). 23 февраля.

² Экономический журнал ВШЭ. 2007. № 3. Статистический раздел.

Из истории известно, что период конца 50х - начала 60х годов прошлого века для США – период становления по настоящему массового рынка, когда все рынки развивались очень бурно, но некоторые все же развивались быстрее, чем остальные. Это рынок недвижимости, доля которого в расходах американцев увеличилась почти наполовину. Рынок транспорта, рекреации и рынок медицинских услуг. Богатеющее население на фоне увлечения потребления, начинает особенно заботиться о потреблении товаров длительного пользования, как о виде капитальных вложений – недвижимости, автомобиле и об обеспечении себя качественным образованием и продуктами здравоохранения.

В принципе, исходя из этого списка, мы уже можем сказать, что и в РФ данные рынки обязательно будут растущими. Но, воспользовавшись расчетами, которые делались в рамках исследования среднего класса, проводимого журналом Эксперт и, исходя из знаний об эластичности спроса на то или иное благо по доходу, имея прогнозы темпов роста доходов, можно существенно скорректировать некоторые прогнозы и даже предсказать темпы роста того или иного рынка.

На этапе, на котором находимся сейчас мы, или находились американцы в 50-е- 60-е годы прошлого века, эластичности спроса практически всех предлагаемых благ близки к единице (за небольшим исключением относительно насытившегося рынка мобильной связи, соков, пива и ряда других потребительских товаров). Это означает, что многие потребности не удовлетворены, и люди очень хотят потреблять больше практически всех благ. То есть сложилась как раз вышеупомянутая ситуация развития массового рынка. Рестораны, развлечения, образование, медицинские услуги, транспорт, недвижимость, – эластичности спроса по доходу для этих благ близки к единице. Единственная сверх привлекательная услуга, эластичность спроса, по доходу которой выше единицы - сбережения.

Для чего средний класс сберегает деньги, и какие механизмы сбережений могут привлечь его внимание?

Треть семей средних русских сегодня практически не имеют сбережений. Это либо семьи, доходы и материальные возможности которых имеют отрицательную динамику, и они вынуждены для поддержания привычного уровня текущего потребления использовать накопления предшествующих лет. Либо семьи, которые совсем недавно совершили крупные приобретения и истратили свои накопления. Они, можно сказать, теперь находятся в самом начале нового сберегательного цикла.

Еще треть имеет небольшие сбережения - в пределах 3-4 тыс. долларов. Эту группу формируют семьи, которые откладывают по 500-1000 долларов в год. На долю группы из 3,5-4 млн. семей приходится около 12-15 млрд. долларов совокупных сбережений.

Четверть семей среднего класса располагают сбережениями на сумму 5-7 тыс. долларов. Это достаточно разношерстная группа. В ней представлены и семьи, имеющие возможность сберегать по 3-5 тыс. долларов в год, недавно начавшие новый сберегательный цикл. И семьи, сберегающие по 1,5-2 тыс. в год, находящиеся в середине сберегательного цикла. Семьи, сберегающие по 600-900 долларов в год, уже близкие к совершению крупной покупки. На долю этой группы из 2,5-3 млн. семей приходится около 15 млрд. совокупных сбережений.

Наконец, 6% семей среднего класса имеют накопленные сбережения в пределах 8-12 тысяч, а 3% - 15-25 тыс. долларов. На долю этих двух групп, первая из которых объединяет порядка 600 тыс. семей, а вторая - около 300 тыс., приходится по 6 млрд. долларов совокупных сбережений. Семьи, имеющие такие сбережения, накапливают деньги весьма интенсивно - по 2-3 тыс. долларов в год. Все данные получены в результате социологических опросов, достаточно регулярно проводимых журналом Эксперт.

По ответам на вопрос о целях сбережений семьи среднего класса разделились на пять групп, примерно равных по численности.

Первая группа основной целью сбережений назвала намерение потратить деньги на отдых и путешествия. С учетом того, что отдыхают средние русские в основном один раз в год, преимущественно летом, сберегательный цикл этой группы самый короткий - 7-10 месяцев. Соответственно, заинтересовать такие семьи могут сберегательные инструменты со сроком обращения до 9 месяцев. А для качественного отдыха этим семьям нужно собрать по 1,5-3 тыс. долларов.

Вторая группа основной целью сбережений называет приобретение дорогих товаров длительного пользования: мебель, крупная бытовая и видеотехника, верхняя одежда из кожи или меха. Сберегательный цикл у этих семей может продолжаться от 6 до 30 месяцев. Накопления этой группы, так же как и предыдущей, скорее всего, будут потрачены при достижении уровня 1-3 тыс. долларов.

Третья группа семей копит на автомобиль, недвижимость или открытие собственного дела. Понятно, что при среднем темпе накоплений 1,5 тыс. долларов в год необходимая сумма может быть собрана в течение трех-десяти лет. Эту группу семей можно заинтересовать сберегательными инструментами со сроком обращения от двух до пяти лет. Суммы, необходимые представителям этой группы для реализации намеченных целей, составляют от 4 до 15 тыс. долларов.

Четвертая группа откладывает деньги преимущественно для оплаты услуг в системе образования или здравоохранения. То есть эти семьи сознательно и добровольно осуществляют то, что, строго говоря, должны были бы делать соответствующие социальные институты: страховая медицина, система образовательных ваучеров и прочие. Сберегательные циклы этой группы семей могут продолжаться 5-10-15 лет, а суммы, необходимые для оплаты соответствующих услуг, могут превышать и 10, и 20 тыс. долларов.

Наконец, пятая группа - это семьи, которые откладывают деньги «на всякий случай». Эта группа в принципе готова к участию в достаточно продолжительных сберегательных программах - сроком на 10-15 лет.

Единственное условие (естественно, кроме надежности вложений) - возможность изъять свои накопления быстро и без потерь, если наступит тот самый "всякий случай".

Семьи среднего класса имеют различные по продолжительности сберегательные циклы, причем одна и та же семья может участвовать одновременно в нескольких циклах. Средний же, взвешенный по доле участвующих семей, срок сберегательного цикла составляет у этой категории населения от пяти до восьми лет. А средняя скопленная сумма соответствует трем-четырем годам накопления, это значит, что достаточно большая часть сбережений не может быть потрачена в ближайшее время. Но они могут быть инвестированы для получения дополнительного дохода.

Следующий вопрос: какая часть средних русских готова попробовать себя в роли инвесторов?

Инвестиционный климат для небольших частных вложений сильно подпорчен событиями середины и второй половины 90-х годов, да и текущими событиями в банковской сфере. Уровень доверия к инвестиционным программам и институтам все еще остается низким. Тем не менее, в отсутствие реальной альтернативы, которой на рубеже десятилетий были вложения в доллар США, примерно 4-5 млн. семей среднего класса, делавших сбережения в течение последних полутора лет, при определенных условиях готовы попробовать себя в качестве инвесторов.

2 млн. семей хотели бы начать свою инвестиционную деятельность с суммы, не превышающей 1,5 тыс. долларов, и с программы продолжительностью не более одного года. Они хотят «поэкспериментировать». Основную часть этой группы составляют семьи с совокупным годовым доходом от 6 до 9 тыс. долларов. Уже сегодня эта группа готова вложить порядка 2 млрд. долларов - дальнейшее инвестиционное поведение будет зависеть от первых результатов эксперимента.

Чуть более 1 млн. семей могли бы стартовать с 2-3 тыс. долларов. Заметную часть этой группы составляют семьи с совокупным годовым доходом 10-14 тыс. долларов. Половина из них готова инвестировать на срок от полутора до трех лет. Их совокупный инвестиционный потенциал на сегодняшний день составляет порядка 2,5-3 млрд. долларов.

15% потенциальных инвесторов - 600-750 тыс. семей - готовы начать с 5 тыс. долларов. В этой группе доминируют семьи с годовым доходом от 15 до 20 тыс. долларов. Совокупный инвестиционный потенциал этой группы можно оценить примерно в 3-3,5 млрд. долларов.

400-500 тыс. семей могут взять старт с 10-15 тыс. долларов. Это преимущественно семьи, чей годовой доход превышает 20 тыс. долларов. Совокупный инвестиционный потенциал этой группы можно оценить приблизительно в 5-6 млрд. долларов.

Последние две группы можно условно назвать «стратегами». Более половины «стратегов» согласны инвестировать на срок от двух до пяти лет.

Подводя итог, можно сказать, что средний срок инвестирования, к которому сегодня готовы представители среднего класса, составляет полтора-два года. И можно предположить, что при энергичном продвижении грамотно сконструированный инвестиционный инструмент, рассчитанный на три года, будет пользоваться у среднего класса успехом.

Менее 15% потенциальных инвесторов из среднего класса готовы удовлетвориться ныне действующими ставками по валютным депозитам, предлагаемыми российскими банками - в пределах 5-8% годовых. И в этом состоит вторая (после недоверия) причина вялой инвестиционной активности представителей данного социального слоя.

Ставки в 10-12% годовых в валюте представляются привлекательными трети средних русских. Следовательно, появление инвестиционного инструмента с таким уровнем доходности могло бы увеличить количество инвесторов-представителей среднего класса в два с половиной раза.

Пятая часть потенциальных инвесторов ориентируется на ставку в 15% годовых, а среди граждан с самым высоким уровнем и положительной динамикой доходов в среднем классе - даже каждый четвертый. Налицо явное непонимание того, что доходность такого уровня не может быть обеспечена без принятия соответствующих рисков.

Треть потенциальных инвесторов желала бы без риска получить доходность «не менее 20% годовых в валюте». Ни уровень образования, ни должностной статус, ни сфера занятости, ни размер предполагаемых инвестиций не являются препятствием для развития неумеренных ожиданий высокой доходности от низкорисковых вложений.

Очевидно, что банкам и финансовым компаниям, заинтересованным в привлечении средств среднего класса, необходимо поработать над повышением уровня осведомленности средних с тем, чтобы они либо умили в полтора-два раза свои аппетиты в отношении доходности от вложений с низким риском, либо сознательно приняли на себя большие риски в погоне за доходностью в 15-20-25% годовых. Соответствующий финансовый инструмент с большой степенью вероятности будет востребован частью инвесторов среднего класса.

Интересно, что среди семей, желающих воспользоваться ипотечными кредитами, две трети хотели бы получить кредит по ставке не более 10% годовых в валюте и лишь пятая часть согласна на 15%. Идею о том, что граждане хотят получить кредит по ставке ниже, чем доходность, на которую они рассчитывают по своим низкорисковым инвестициям, можно неплохо обыграть в маркетинговых программах соответствующих компаний. Тем более что разрыв не носит критического характера.

Здесь, на наш взгляд, уместно привести следующую «историческую справку». Особую историю в жизни российских банков в 2007 г. составило ипотечное кредитование. Объемы ипотечного кредитования в 2006 году оказались на высоком уровне – 5,5 млрд. долларов задолженности по всей стране и 2,2 млрд. долларов¹ в столице. Это в два с лишним раза больше, чем показатели 2005 года. Но при общем росте объемов кредитования количество самих ипотечных кредитов не растет – главным образом из-за роста цен на жилье. Например, минимальный размер кредита, который в конце 2006 г. был бы достаточным для покупки квартиры в Москве – это 150 тыс. долларов, а чтобы его получить, надо «показать» месячный доход в размере не ниже 5 тыс. долларов, каковым похвастаться могут лишь несколько тысяч человек в столице. В сущности, поэтому объемы рынка выросли, а количество ипотечных сделок в 2006 году было даже меньше, чем в предыдущем. Так, в Москве ежемесячно выдавалось лишь 300-400² ипотечных кредитов, что сопоставимо со многими городами России.

Итак, со стороны среднего класса имеется латентный спрос на сберегательный инвестиционный инструмент со сроком обращения три-пять лет, промежуточными точками закрытия позиции через 9 и 18 месяцев, доходностью 8-10% годовых в валюте и высокой степенью надежности. То есть вложения в этот инвестиционный инструмент должны быть обеспечены какими-то надежными активами. А привлечь такой инструмент мог бы до 12-14 млрд. долларов.

Вопрос: какая из отраслей хозяйства способна переварить такой объем прироста инвестиций и выдать соответствующий прирост объемов производства, который будет востребован рынком, обеспечив при этом доходность 10-12% годовых в валюте при двух-трехлетнем обороте средств?

У нас есть один вариант ответа на этот вопрос - строительство жилья.

Более трети потенциальных инвесторов из среднего класса называют вложения в недвижимость одним из наиболее привлекательных направлений использования своих сбережений. С недвижимостью соперничают только вложения в собственный бизнес или бизнес друзей и родственников.

Четверть представителей среднего класса - 2,5-3 млн. семей - желают улучшить свои жилищные условия в ближайшие четыре года. Причем более половины из них готовы вкладывать деньги в улучшение этих условий. Суммы, правда, называются довольно скромные - в среднем по 10-15 тыс. долларов. Понятно, что на такие деньги новую квартиру площадью 80 кв. м «с нуля» не купить. Но этого и не требуется. Ведь у подавляющего большинства представителей среднего класса уже есть квартира. Нужно лишь немного нарастить метраж, добавить на улучшенную планировку, большую кухню и т. д. На эти цели 10-25 тыс. вполне хватает.

Для того чтобы 2,5-3 млн. семей среднего класса смогли в течение ближайших четырех лет улучшить свои жилищные условия, необходимо ежегодно строить на 250 тыс. квартир больше, чем строится сегодня. Строительство дополнительных 250 тыс. квартир потребует инвестиций в размере 6-7,5 млрд. долларов ежегодно, а рыночная стоимость этих дополнительных квартир оценивается в 10 млрд. долларов. Такого обеспокоение инвестиционной программы для среднего класса.

Список литературы

Овчинникова Ю. В., Радаев В. В. Формирование структуры продовольственных рынков в России в процессе ее интеграции в мировое хозяйство // Экономический журнал ВШЭ. 2007. № 3. С. 309-336.

Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ, 2003.

Радаев В. В. Можно преодолеть зависимость от предшествующего развития // Отечественные записки. 2007. № 35 (2). С. 230-237.

Шереп Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. М.: ИНФРА-М, 1997. С. 66-68.

<http://www.expert.ru/news/2008/01/30/mert/>

http://www.expert.ru/printissues/d/2007/04/news_rosstat_otmenil_sredniy_klass/

<http://www.expert.ru/printissues/siberia/2004/06/06si-iekfi/>

<http://www.expert.ru/printissues/ural/2005/42/42ur-ubizr5/>

<http://www.expert.ru/printissues/expert/2001/43/43ex-povest10/>

<http://www.expert.ru/printissues/volga/2007/20/avtokreditovanie/>

<http://www.expert.ru/printissues/northwest/2003/38/38no-sspec2/>

www.ruspred.ru

www.goscomstat.ru

¹ Банковский сектор России. Общая ситуация. Краткосрочный прогноз по состоянию на 1 февраля 2007 г. С. 6.

² Там же. С. 7.