

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
Кафедра методології та методів соціологічних досліджень

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
Онлайн фокус-групи як метод дослідження боргових відносин молоді

Спеціальність: 054 «Соціологія»
Освітня програма: «Соціологія»
Освітній ступінь: бакалавр
Кваліфікація: бакалавр соціології

Авторка:
Орлова Олена Валеріївна,
студентка 4 курсу

Наукова керівниця:
Юзва Людмила Леонідівна,
кандидатка соціологічних наук, доцентка

Бакалаврська робота допущена до захисту рішенням кафедри методології та методів соціологічних досліджень

Протокол № _____ від « ____ » _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ доц. Сидоров М.В.

Київ 2021

Регістрація

номер

дата підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано до захисту

підпис наукового керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

оцінка

дата захисту

Члени ЕК

оцінка

дата захисту

оцінка

дата захисту

оцінка

дата захисту

Секретар ЕК

оцінка

дата захисту

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ І ПРОЦЕДУРА ЗАСТОСУВАННЯ ОНЛАЙН ФОКУС-ГРУП.....	5
Теоретичне підґрунття становлення онлайн фокус-груп	5
Сучасний статус ОФГ в полі соціологічних досліджень.....	6
Онлайн фокус-групи.....	7
Методологія та методика онлайн фокус-груп	10
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ І.....	14
РОЗДІЛ ІІ КУЛЬТУРНО-ЕКОНОМІЧНА РЕТРОСПЕКТИВА ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН	14
Принцип світової економіки та наслідки “глобального” на “регіональне”	15
Перехід до СРСР економічна культура, концепт грошей та боргів	16
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ ІІ	21
РОЗДІЛ ІІІ ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ БОРГОВИХ ВІДНОСИН МОЛОДІ НА ОСНОВІ ОНЛАЙН ФОКУС-ГРУП	23
Методологічний розділ	23
Процедурний розділ	25
Аналітичний звіт за результатами онлайн фокус-групового дослідження	28
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ ІІІ.....	35
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42
ДОДАТКИ	48

ВСТУП

Актуальність цієї роботи полягає в тому, що, по-перше, світ знаходиться у стані пандемії. Вона системно впливає на всі сфери життя населення: економіка, політика, освіта, медицина тощо. Глобально суспільство поринає у соціально-економічний кризис та зазнає трансформаційних змін. Макро- зміни впливають та повсякденність індивіда, змінюються соціально культурні, політичні та економічні елементи. Основним трендом цих змін - є перехід в онлайн простір. Цифровізація формує новий вид культури. По-друге, як результат, зміни відбуваються у процедурах застосування методів у соціологічних дослідженнях. В умовах COVID-19 та карантину більшість офлайн методів переходять в онлайн. Загалом, проникнення цифровізації у буденність людей та розвиток комп'ютерних технологій є основною причиною застосування онлайн методів у маркетингових дослідженнях [Окландер, 2018].

Об'єкт дослідження: соціологічний метод онлайн фокус-групових інтерв'ю.

Предмет дослідження: процедура застосування фокус-груп у форматі онлайн для дослідження боргових відносин молоді.

Мета дослідження: відстежити методичні особливості застосування методу ФГ в онлайн форматі для дослідження боргових відносин молоді.

Завдання дослідження:

1. Окреслити процес становлення методу та сучасний стан застосування у соціології.
2. Описати методологію та методику онлайн фокус-груп.
3. Охарактеризувати культурно-економічну ретроспективу фінансових відносин на вітчизняному просторі.
4. Надати інформацію про сучасний статус фінансових відносин молоді, зокрема, боргових.

5. Проаналізувати специфіку рекрутування на онлайн фокус-гурпи.

6. Відстежити особливості включеності учасників у процес дискусії під час онлайн фокус-груп.

Гіпотези дослідження:

1. Набір учасників для онлайн фокус-груп проходитиме простіше, ніж для традиційних фокус-груп.

2. Тематика боргових відносин для проведення онлайн фокус-груп носить підвищений рівень сензитивності.

3. Під час проведення онлайн фокус-груп модераторів складніше відслідковувати невербальні сигнали учасників.

Структура роботи: складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків (гайди та транскрипти дослідження).

РОЗДІЛ І

ПРОЦЕДУРА ЗАСТОСУВАННЯ ОНЛАЙН ФОКУС-ГРУП

Теоретичне підґрунття становлення онлайн фокус-груп

Описуючи історичне підґрунття цього методу, важливо означити його хронологічні рамки. Перші дослідження з використанням фокус-груп розпочалися наприкінці 1930-х років, а популярності вони набрали на початку 1950-х саме у маркетингових дослідженнях [Huyn, 2018]. Сам термін “фокус-група” є запозиченням “сфокусованого інтерв’ю”, яке в свою чергу запропонував у 1946 р. Р. Мертон, М. Фіске та П. Кендал [Мертон, 1991]. Дослідники писали, що фокус-групи першопочатково були націлені на проблеми комунікацій та аналізу пропаганди. Із плином часу, коли громадська думка ставала важливим явищем функціонування суспільства, актуальність методу зростала через потребу більш ґрунтовних, глибоких пояснень у тій чи іншій сфері.

Починаючи із 20-х років у США кількісні стандартизовані опитування суттєво витіснили “якісну” традицію на декілька десятиріч років і, що цікаво, вони мали більш комерційний характер, аніж емпіричний. На ті часи, актуальність такої індустрії опитувань пояснювалась економічною кризою, “великою депресією”, “епохою американізму”. Відповідно, ці процеси торкнулись і академічної європейської соціології, яка не могла тоді конкурувати із американською. На вітчизняному просторі все це породило одну із масштабних проблем розвитку соціології як науки – надання переваги у користуванні кількісним методам у дослідницьких цілях. 20-30 років фокус-групи не набували популярності у полі досліджень, у США та Західній Європі університети та спонсори почали втілювати його застосування, розпочався “бум якісного методу”. Переходячи до сучасності, то згідно щорічних звітів Української асоціації маркетингу Інтернет-дослідження є основним

трендом у дослідженнях, офлайн переходить в онлайн, і, що важливо, якісні методи домінують над кількісними [Окландер, 2018]. Дослідженням методології ОФГ займались Н. Джеймс та Х. Бушер, які визнають, що Інтернет-простір вирішує більшість недоліків сфокусованих інтерв'ю [Джеймс, 2006]. Важливим методологічним моментом, який потрібно детальніше досліджувати на вітчизняному просторі - це ментальні аспекти інформантів ОФГ, процес рекрутингу та які саме платформи для спілкувань до проведення досліджень є найоптимальнішими.

Сучасний статус ОФГ в полі соціологічних досліджень

Сучасні інформаційні і телекомунікаційні технології, мережа Інтернет – це концепти постіндустріального суспільства, якому характерне, зокрема, збільшення ролі знань та інформації і створення глобального простору ефективної взаємодії. За прогнозами американських дослідників, 50% маркетингових та соціологічних компаній, інститутів, навчальних закладів будуть використовувати онлайн-простір для проведення своїх досліджень [Roger, 2000]. Таку закономірність можна пояснити наступним чином. По-перше, понад 3,7 мільярда людей користуються Інтернетом [Marr, 2018]. Відповідно, із кожним роком кількість користувачів комп'ютерної техніки зростає, якість Інтернет-з'єднання покращується, кількість платформ для відеоконференцій збільшується - все це фактори надання переваги онлайн фокус-групам. До цього ж, онлайн простір вирішує проблему конфіденційності, фінансових затрат, економії часу. По-друге, держави втілюють концепцію розвитку цифрової країни - забезпечення комп'ютерно орієнтованих засобів роботи, навчання, комунікації. Зокрема, Кабінетом Міністрів України №67-р від 17 січня 2018 року схвалено “Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки” та затверджено план заходів щодо її реалізації. Концепція передбачає здійснення заходів щодо

впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер [Кабінет Міністрів України, 2018].

Онлайн фокус-групи

У 1972 р. соціальний психолог Єльського університету Ірвінг Дженіс ввела термін “групове мислення”, висунувши теорію, що у групі людей конформізм та бажання соціальної гармонії приводять до некоректних або нерациональних прийнятих рішень [Turner, 1998]. Але загалом концепт групового мислення, який ми спостерігаємо під час проведення фокус-групових інтерв’ю, виникає тоді, коли група осіб досягає консенсусу без критичних міркувань і створюється динаміка у групі. Метою досліджень у фокус-групах є визначити розуміння та позначення кола думок.

Фокус-групи - це метод збору дослідницьких даних у соціальних науках, який об’єднує людей із взаємними характеристиками чи інтересами; онлайн фокус-групи передбачають теж саме, але групова динаміка переноситься у простір Інтернету, де спілкування є заочним, порівняно із традиційними фокус-групами. Метод є напівструктурованим глибинним груповим інтерв’ю. Групова динаміка є ключовою особливістю методу, адже “процес, який зменшує напруження, виникає в результаті взаємодії між людьми і приносить задоволення кожній стороні” [Дмітрієва, 1998].

Важливо зазначити, що саме якісна методологія є основою проведення ОФГ. Перш ніж перейти до характеристики самого методу, потрібно провести порівняльну характеристику кількісних та якісних методів загалом, аби розуміти їх ідеї, підходи та області застосування. Семенова у своїй праці порівнюючи особливості кількісних та якісних методів зазначає [Семенова, 1998], що у якісному підході суб’єктивний опис подій або соціального феномену є в теоретико-методологічній основі. Ціль дослідника - шляхом індукції зрозуміти та концептуалізувати об’єкт

як єдинство різноманітності елементів, в фокусі диференціація, і тому висхідні дані складно формалізувати, в той час коли в кількісних методах дані носять характер жорсткої формалізації та стандартизації, який досягається шляхом дедукції. Валідність та надійність якісних методів характеризується реальним наповненням інформації, ухил йде на здоровий глузд, а в кількісних методах ця характеристика проявляється достовірністю повторень установлених патернів дослідником.

Онлайн фокус-групи можна проводити двома способами: синхронно, тобто у реальному часі, де мета дослідити першопочаткову реакцію на концепт чи ідею. Тут передбачався формат чату, кількість осіб 6-7, тривалість - 1-1.5 год. У зв'язку із прогресом технологій в сфері онлайн-комунікацій, дослідники мають можливість використовувати сучасні платформи та додатки для проведення онлайн фокус-груп: Zoom, Google Meet, Skype, ClubHouse тощо. Інший спосіб асинхронний, не в реальному часі, де є спеціальна платформа типу веб-сайту або форуму, в якій дослідник розділяє дискусію на частини, аби респонденти мали змогу обдумувати свої відповіді, рефлексувати щодо відповідей інших учасників задля більш глибокого аналізу. Такий вид онлайн фокус-груп може тривати як декілька тижнів, так і місяці. Цей спосіб онлайн-фокус-груп більш інтегрується в Інтернет-простір через широкий вибір використання інтерактивних та проєктивних вправ, наявності домашніх вправ, концептів тестування - все це підсилює динаміку онлайн фокус-груп [Мельникова, 2007]. Слід додати що обидва способи є дешевшими за традиційні. Дослідники із НАУКМА [Гірник, 2009] Гірник А.М. та Гірник Д. А. проводили експертне опитування із дослідниками, які мали досвід модерування від 5 до 20 років з метою з'ясування евристичного потенціалу онлайн фокус-груп в Україні, світі, їх обмежень та доречності сфер застосування. Основною причиною надання переваги онлайн методу з боку респондентів - це економія часу, домашній простір більш

комфортний/ безпечний та налаштовує на бесіду, а з боку модераторів - окрім економії часу, менша фінансова і ресурсна затратність на дослідження. Якщо на світовій арені Інтернет-дослідження давно користуються попитом, то в Україні питання втілення постало із 2018 року [Федоров, 2020]. За 30 років незалежності України не проводилось дослідження із покриттям широкосмугового Інтернету. За офіційними даними у селах мешкає понад 4 млн жителів, де підключення до оптичного Інтернету досить погана, оптичні провайдери недешеві [Федоров, 2020]. Таким чином, цифровий розрив [Удовик, 2020] у нашій країні характеризується такими факторами: цифрова залученість населення, базова медіаграмотність, цифрова інклюзія та доступ до цифрових технологій - все це пояснює ситуацію із Інтернет-дослідженнями на вітчизняній арені. Сюда ж додається ще один виклик для дослідників: пандемія COVID-19. Відбувся вимушений перехід до онлайн методів в цілому задля обмеження поїздок, вимог соціальної дистанції - все це реорганізувало дослідницькі плани. Деякі методи в цих умовах проявляють свої методологічні недоліки.

Таким чином, в ході обрання онлайн фокус-груп як методу збору даних, дослідник має визначити його доцільність використання за такими критеріями:

1. Географічна віддаленість респондентів від дослідника/ територіальне розсіяння респондентів.
2. Онлайн-середовище комфортне, генеральна сукупність не включає в себе категорії осіб, для котрих Інтернет є недоступним, обмеженим або відсутність комп'ютерної техніки як такої.
3. Глобальні катаклізми у суспільстві.

Перевагами використання онлайн фокус-груп: формат не виключає усної комунікації; спілкування може проходити в режимі реального часу; можливість використовувати когнітивні; проективні питання і тим самим

відстежувати невербальні реакції респондентів за умови стабільного та якісного Інтернет-з'єднання; візуальна складова (респонденти бачать одне одного, в результаті чого утворюється групова інтеракція); домашня обстановка заміщує ефект фізичної присутності більшою розслабленістю, комфортом; нижчий рівень фінансової та ресурсної затратності.

Методологія та методика онлайн фокус-груп

Програмне та технологічне забезпечення: на світовій арені у дослідницьких організаціях існують свої спеціально розроблені форуми, веб-сайти та чат-кімнати для проведення синхронних, асинхронних ОФГ або їх комбінації. Також тут можуть використовуватись звичайна електронна пошта, форум, блоги чи групи у соціальних мережах. Окрім цих спеціально розроблених платформ, широкого застосування набувають платформи для вебінарів та конференцій: Zoom, Google Meet, Google Hangouts, GetCourse, Skype, Cisco Webex Meetings, Discord [Хабр, 2020]. Вибір тієї чи іншої платформи залежить від її характеристик та можливостей.

Визначення числа учасників та тривалість онлайн фокус-групи: перш за все треба зазначати, що кількість респондентів обґрунтовується дослідницькими цілями, задачами та гіпотезами, часовими вимогами та особливостями цільової аудиторії. Середня кількість учасників у синхронній ОФГ складає від 4 до 8 осіб, цей тип найбільш близький до традиційних ФГ, не вимагає часових розривів між відповідями. Проте цей формат передбачає такий вид інтеракції як “питання-відповідь по черзі” в той час, коли у традиційних та асинхронних ФГ коли один учасник висловлює думку, то ті, хто розділяє його думку окрім невербального підтвердження можуть одразу включитись у дискусію. У асинхронній ОФГ кількість респондентів може сягати 45 осіб. На думку австралійських вчених у деяких маркетингових дослідженнях кількість може сягати від 10

до 20 осіб [Sweet, 2001]. Під час рекрутингу дослідники мають формувати резерв респондентів, рекомендується набирати на 20% більше учасників. Якщо кількість респондентів визначається декількома факторами, то тривалість визначається саме цілями дослідження і типом ОФГ. Якщо мета отримати інформацію у найближчий час, то тут використовуються синхронні ОФГ, де тривалість однієї становить 1.5-2 год, на це виділяється від 3 до 5 днів, кількість самих ОФГ визначається дослідницькими цілями. Так як мета асинхронної ОФГ отримати детальну інформацію, то вона може тривати годинами, часові межі визначаються ще географічною розсіяністю, часовими поясами та піками відвідування деяких платформ.

Мотивація учасників ОФГ: мотивацією можуть бути як грошові винагороди, подарунки, види бонусів. Оптимальний вид мотивації визначається дослідниками. В ході експертного опитування дослідники із НАУКМА [Гірник, 2009] зазначають, що в онлайн середовищі з боку респондентів проявляється менша відповідальність, тобто вони можуть в останній момент відмовитись від участі. Тому у таких випадках передбачається зацікавленість у предметі дослідження самого респондента.

Розробка гайду: цей етап є ключовим у підготовці ФГ, це інструментарій для модератора, певний тип відносин із замовником. Згідно методичних рекомендацій Лапшина С. А. у гайді повинні бути зазначити такі змістовні та організаційні аспекти [Лапшин, 2016]:

1. Зазначення цілей дослідження.
2. Зазначення складу групи.
3. Вступне слово модератора (представлення, регламент, умови, конфіденційність та інші вимоги до респондентів).
4. Модератор пропонує познайомитись, розказати про себе і поверхово торкнутись досліджуваної проблеми.

5. Блок обговорення досліджуваної проблеми. Він може бути розділений на підблоки. Основна мета - обговорити проблему з усіх сторін.

6. Блок конкретних питань, які особливо важливі для замовника.

7. Фінальний блок, модератор запитує чи все було обговорено / зазначено, рекомендації респондентів, вираження подяки, прощання.

Етап підготовки проведення ОФГ: розглянемо існуючі види рекрутингу. Найчастіше канали, які регулярно використовуються для підбору респондентів в Інтернеті стосуються розсилок *електронною поштою та розміщення оголошень на форумах*. Рівень відповідей на цей вид рекрутингу низький, часто такі листи сприймаються як спам [Hamilton, 2006]. Використання *панелей* в Інтернеті є досить затратними із точки зору реклами, збору та збереження інформації; рекрутинг з вибірових списків - великі бази даних із особистою інформацією ЦА, беручи участь у ОФГ, респонденти отримують онлайн бонуси (гроші, знижки, доступи тощо); *рекрутинг по вибірці трафіка веб-сайту* - потенційні респонденти на сайтах бачать рекламу щодо участі у ОФГ. Алгоритми реклами є інструментом знаходження потрібної ЦА. Якщо респондент зацікавлений, то він далі заповнює скрінінгову анкету; *рекрутинг на основі даних веб-сайту* - за допомогою аналітики сайтів формується база людей, які взаємодіяли будь-яким чином із сайтом, відповідно, вони стають потенційною ЦА; Польські дослідники у своїй статті [Boydell, 2014] щодо проблем вибірки та рекрутингу в ОФГ пропонують наступну класифікацію: рекрутинг в автономному режимі, онлайн-рекрутинг та поєднання онлайн- та офлайн-рекрутингу. В ході дослідження вони приходять до таких інсайтів: онлайн-рекрутинг для ОФГ є доречним у випадку із важко доступними респондентами, іноді онлайн-рекрутинг обумовлений прагматизмом дослідників, не треба недооцінювати глобальну мережу та силу шерів, лайків, ретвітів, але

важливо доцільно підігрівати інтерес потенційної ЦА, в онлайн просторі краще працює ефект снігової кулі. *Скрінінгова анкета* для ОФГ є важливим моментом підготовки дослідження, вони мають містити питання щодо навичок користування Інтернет-мережею, мають бути відкриті питання. *Рескрінінг* відбувається, аби відфільтрувати недоброчесних респондентів. Для цього модератор на початку дискусії може задавати уточнюючі питання, найчастіше він проводить в “онлайн-кімнаті очікування”.

Опісля цих етапів, відібрані учасники отримують запрошення у вигляді посилання, паролів та інших організаційних моментів, які дослідник вважає доречним вказати. Важливим моментом є вибір ніків, які мають бути “зручними у звертанні” адже це доказ соціальної присутності; камера має бути увімкненою, якщо передбачений такий формат. *Рівень явки респондентів* для синхронних та асинхронних ОФГ має бути в 1.5-2 рази перевищувати бажану кількість присутніх.

Модерування: ефективність ОФГ дослідження залежить від досвідченості модератора. Окрім таких особистісних якостей комунікативність, чутливість та уважність, людина має вільно відчувати себе в онлайн-середовищі, розумітись у техніці. Окрім модератора мають бути представники дослідницької групи в якості технічної підтримки. Основним методом спілкування модератора є “freestyle” - тобто швидко орієнтуватись у блоках, підхоплювати думки респондентів так, аби не повторюватись питанням із блоків, при цьому питання від модератора мають звучати лаконічно, провокувати дискусію [Walkowski, 2001]. Порівняно із синхронними ОФГ, асинхронні вимагають більшої активності модератора, аби активувати учасників. Так як цей метод характеризується ієрархічним упорядкуванням, модератор повинен знати на особливостях диференціації ролей респондентів, тобто бути ознайомленим із конструктивними та деструктивними ролями. *Після*

проведення ОФГ зібрана інформація зводиться у транскрипти, аби дослідник міг її проаналізувати і надати результати в узагальненому вигляді звіту.

Сфери застосування ОФГ. Існують тематичні області [Лебедев, 2010], де метод ОФГ вже демонструє своє доцільне використання на вітчизняному просторі: технологічні інновації та Інтернет, освітні питання щодо технологічних змін (дистанційна освіта, зокрема), установки молоді (ціннісні орієнтації, питання СПДу, шахрайство в рамках освіти, політика), проблеми, пов'язані зі здоров'ям та маркетингові дослідження.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Таким чином, порівнюючи методичні та методологічні можливості ОФГ та ТФГ, можна зробити висновок, що результати кожного методу є співставними. Основні обмеження, які характерні ОФГ - це питання часу, трансформаційні процеси зумовлюють якісне Інтернет-з'єднання, інструментарій для проведення синхронних та асинхронних ОФГ буде вдосконалюватись, а це дозволяє очікувати, що вплив технічних складнощів на якість отримання даних знижуватиметься швидшими темпами. Було проаналізовано історичний процес становлення методу. Зокрема, було з'ясовано, на перших етапах його застосування, він не користувався попитом серед науковців і тільки після 1950-го року відбувався "бум якісного методу". На сучасній арені ФГ користується попитом і ОФГ не є виключенням. Далі було окреслено специфіку якісної методології і перейдено до методології та методики ОФГ, де детально описаний кожен етап, починаючи від програмного забезпечення, визначення числа учасників та закінчуючи модеруванням та сферами застосування.

РОЗДІЛ II

КУЛЬТУРНО-ЕКОНОМІЧНА РЕТРОСПЕКТИВА ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН

Принцип світової економіки та наслідки впливу “глобального” на “регіональне”

Розуміння принципів функціонування фінансово-економічного механізму пояснює та регламентує поведінку ринкових суб’єктів як на мікро- (індивідуальному) та і на макро- та мега- рівнях. Кредитні, фондові та валютні ринки є системою підпорядкування та експлуатації економічно слаборозвинених країн. Ці ринки, а також цінові, грошові, торговельні, страхові та інші фінансові відносини є факторами зростання економіки на глобальному рівні. У наукових дослідженнях щодо міжнародних фінансових відносин Черемісовою [Черемісова, 2013] зазначається, що рівень розвитку фінансових відносин на макрорівні, в умовах глобалізації покращується, за умови об’єднання із транснаціональними корпораціями країн із перехідною економікою та країн, що розвиваються. Таке співробітництво є основою зростання національної економіки, покращення фінансової інфраструктури та економічної культури як такої.

Оскільки в ході дипломної роботи, дослідницьким інтересом є пострадянський простір, то на нього і буде зміщений акцент історично-економічної ретроспективи. Після розпаду Радянського Союзу, країни-республіки обрали вектор капіталізму і так як одним із основних економічних показників ефективності є валовий дохід, то Герасімова у своїй праці [Герасімова, 2011] зазначає, що вона (ефективність) зростала у нинішніх країнах СНГ тільки після розпаду, в той час коли у Росії, прибалтійських країнах і країнах Вишеградської групи цей показник зростав і до цього. Таким чином, все це призвело до різних економічних рівнів розвитку у країнах-республіках, де трансформаційна криза

долається по-різному. Відповідно, авторка зазначає, що пострадянським регіонам характерні свої економічні, соціальні, культурні та міжетнічні конфлікти, наслідки яких простежуються і досі.

Перехід до СРСР: економічна культура, концепт грошей та боргів

Першим фактором економічно-історичної ідентифікації та пояснення фінансових відносин як таких у Радянському Союзі - є політика розкуркулення. Метою заходів, які тривали з 1925 по 1932 роки, було витіснення капіталістичних елементів економіки у сільському господарстві та ліквідації куркулів як класу на основі майнового положення [Болтянская, 2009]. Куркулів, як соціальний клас, ідентифікували найнижчим, безпартійним, заможним, “членом угруповань”, погано освіченим тощо. Види застосованих до них репресій ранжувались від пограбувань, стягуванням майна, накладанням санкцій щодо заробітку до позбавлення виборчого права, депортацією та смертною карою. Такі дії викликали ворожість до радянської влади з боку населення, це було порушенням тогочасного законодавства. Так політика влади пояснювалась ідеєю соціалізму, в основі якого лежить колективізм. Тобто, ціль колективізму - це об'єднання неефективних поодиноких господарств у колективні, ті, які сприятимуть росту продуктивності сільськогосподарського виробництва та вдосконаленню індустріалізації Союзу. За економічними показниками, Радянський Союз розбудовувався на рівні із розвиненими країнами. З точки зору національної пам'яті, така політика вважається експлуатацією християн та тоталітаризмом (додати збережене посилання). Ідеологія комунізму мала на меті побудову ідеального світу, де люди будуть забезпечені усіма соціальними достатками, працюватимуть на благо суспільства, грошей не буде, а якщо і будуть, то в однаковій кількості в усіх. Тобто у колективну пам'ять

вбудовувався концепт “однаковості”, “рівності”, “нормальності”, відсутності будь-якого класового поділу, і, у результаті, несправедливості. Відповідно, це впливає на сприйняття людей їх повсякденних практик у тих чи інших сферах. Сфера економіки не є виключенням, така ідеологія визначала ставлення людей до грошей та боргових відносин.

Головним двигуном більшовизму був Лев Троцький [Троцкий, 1991]. Він вважав, що ідея грошей та заробітку повинна вичерпати сама себе. Для цього, влада повинна напряду позбавити можливості мати гроші, але так як це вимагало досить радикальних мір і для самої влади все-таки гроші відігравали цінність, то був встановлений контроль за “грошовими статками” мас, адже заможна верства населення була загрозою для пролетарського панування. Така політика проявлялась наступним чином:

1. націоналізація промисловості;
2. монополізація торгівлі;
3. збільшення кількості державних банків, зменшення комерційних підприємств;
4. політика дефіциту та голод;

Все це породжувало зі сторони суспільства неприйняття привілейованості, неприйняття “не таких, які усі”. У журналістському інтерв’ю із викладачкою кафедри джерелознавства Ніконоровою Т. лунає влучна цитата [Никонорова, 2017], яка характеризує колективну пам’ять щодо майна, грошей та економіки в цілому: *“Але у самій комуністичній партії була двоїста політика. З одного боку, держава створювала досить очевидні закони, які пропагують аскетизм, братство і рівність. А з іншого - надавала окремим обраним квартири, машини, відкривало спецшколи для дітей.”*

Подальший хронологічний ланцюг історично-економічної ретроспективи наступний.

1. У післявоєнний період, відбуваються певні зміни: за рівнем ВВП Союз був на другому місці після США. ціни зниувались, зарплати зростали, більше не треба було віддавати частину заробітку у бюджет країни - все це формувало споживчий ринок. Так як він формує попит, у людей росли потреби. В практику входить розстрочка, іпотека, кредити, позики, ломбарди, потребкредити.

2. Після застою, неефективної планової економіки, із 1979 року під керівництвом М. Горбачова було обрано вектор лібералізації економіки, перехід на ринкову стратегію.

3. Це було початком кінця: розпад Радянського Союзу супроводжувався занепадом економіки. Рівень ВВП у 1992 р., порівняно із 1991 р, суттєво знизився [Селиванова, 2017]. До проголошення незалежності жодна країна СНГ не мало чіткої економічної програми, економічна криза супроводжувалась безробіттям, знеціненням пенсій та збережень. 1999 р. по основним економічним показникам виявився найгірший для більшості країн СНГ. Зокрема, Україна, Росія, Грузія та Киргизія розвиваються за принципом тіньової економіки, високого рівня бандитизму тощо [Медведев, 2006].

4. У 2003 р. рівень життя населення у країнах СНГ покращується. Зокрема, сформувалась чітка економічна модель у Білорусі, Казахстані та Узбекистані.

Таким чином, ця економічна криза торкнулась і інших сфер суспільного життя і адаптація до ринкової економіки потребувала часу. Тільки з 2003 р. починається розбудова, реалізація соціальних та економічних реформ. Зокрема, в Україні за правління Л. Кучми формується вектор економічної моделі, утверджується демократія та починають здійснюватись реформи.

Побудова ринкового типу капіталізму означала нову національну економічну безпеку, розвиток приватного сектору, конкуренції та демократії. Така ринкова ідеологія стала успішною на глобальному рівні, в першу чергу, щодо втілення у свідомість людей віри, що ринок дасть їм можливість вибору, що особистий успіх залежить від індивідуальних зусиль. Для країн, які не увійшли до складу ЄС, ринкова економіка є відносним поняттям. За даними ООН, станом на 2006 рік 27,8% українців жили нижче офіційного рівня бідності [Клапган, 2006]. Важливими висновками є результати дослідження “Україна-96” [Харченко, 1999], де було виділено такі показники бідності:

1. Диференціація домогосподарств за споживчими витратами.
2. Рівень бідності сягав 17 мільйонів жителів тільки України і цей рівень простужався у динаміці.
3. Наявність вразливих груп населення.

Якщо у радянські часи поняття бідності намагалось владою ліквідуватись і досягти соціальної однорідності, то відголоском такої політики у сучасних країнах СНГ є поняття малозабезпеченості. За останніми даними КМІС [Харченко, 1999] щодо класової приналежності на основі майнової стратифікації, приблизно десята частина дорослого населення підтримує гасло “примусимо багатих поділитись з бідними!”. Це гасло є одним із наслідків розвитку тіньової економіки, корупції та олігархізму. Таким чином, негативним аспектом капіталістичного суспільства є класовий розрив за критерієм платоспроможності, експлуатації людських ресурсів, утримання їх культурою споживання та появою відчуження як наслідку. З точки зору повсякденних практик у тих чи інших соціальних сферах пострадянського суспільства, простежується перекладання відповідальності на владу щодо вирішення своїх матеріальних проблем.

Нова реальність фінансових відносин

Якщо розглядати ідею капіталізму не в контексті пострадянського простору, а загалом і з точки зору представників індивідуалістичних концепцій, то фактично, нерівність людей має суто особисті причини. Індивід від народження має нерівні висхідні дані. Наше походження та початковий доступ до матеріальних і символічних благ впливає на те, який набір якостей характеру, навиків і переваг у нас буде сформований. Їх демонстрація та подальший розвиток в значній мірі обмежена нашими життєвими умовами. Французький соціолог П'єр Бурд'є називає це габітусом [Бурд'є, 2001], і який разом із об'ємом економічних, культурних та соціальних капіталів, допомагає долати труднощі життя, чинити соціальну мобільність або залишатись у привілейованому суспільстві.

З одного боку, першопочаткові ідейні засади капіталізму мали б породжувати мотивацію, конкуренцію, інновації, вільний ринок та здорову конкуренцію. З іншого боку, сучасність, в умовах глобалізації, характеризується географічною нерівністю та експлуатацією людських ресурсів транснаціональними компаніями. Так як на вільному ринку дохідність капіталу має тенденцію перевищувати темпи росту економіки, виникає проблема концентрації капіталу у вузькій групі населення, монополії та великі корпорації обмежують розвиток малих підприємств і у результаті - є концепти несправедливості та нерівності.

Зміни нової економічної реальності щодо тих чи інших фінансових практик суспільства, формують нову економічну культуру. Вона пов'язана із людським капіталом: існує на мікро- рівні для підвищення економічної віддачі індивіда, а на макро- та мега- рівнях - для віддачі економічних об'єднань. Цифровізація економіки є важливою ланкою інформаційного суспільства, адже такий інноваційно-технологічний курс стає глобальним трендом, онлайн-вплив якого простежується у бізнесі, суспільстві та державних структурах. Якщо у провідних країнах світу цифрова економіка

вже давно функціонує, то в контексті Євразійського економічного союзу [Чкония, 2019] це тільки запроваджується. Цифровий розрив пояснюється низьким доступом до Інтернету та його покриттям, повільною автоматизацією та низьким рівнем комп'ютерної грамотності населення у цьому угрупованні країн. За даними [ITU, 2020] серед країн СНГ на 2019 рік Інтернет-користувачів становить 72.2%. До цього ж, створюється глобальний інформаційний простір, доступ до якого має 3.7 біліонів людей в усьому світі [Magr, 2018] розвивається електронна демократія, інформаційна економіка та держава загалом, з'являються цифрові ринки, нові соціальні мережі. Тому, повертаючись до зв'язку фінансових відносин із тотальною цифровізацією та доступом до інформації, можна впевнено зазначити, що все це впливає на фінансові установки та її грамотність

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Таким чином, економічна культура та фінансові відносини на пострадянському просторі формувались під впливом ідеології Радянського Союзу. Факторами їх формування були процес розкуркулення, індустріалізація, планова економіка, соціалізм. Після розпаду союзу, фінансові відносини перебувають у кризі - деякі пост республіки розвиваються швидше, деякі повільніше, де основний критерій економічного розвитку є ВВП. Сучасні країни СНГ увійшли до другої групи. У новий період факторами формування економічної культури та фінансових відносин була ринкова економіка, капіталізм, цифровізація та глобалізація.

Щодо вітчизняного простору, то на основі даних дослідження “Фінансова грамотність та обізнаність в Україні” [Климчук, 2010], яке проводилося у 2010 р. було зазначено, що 39% жителів не мають банківських рахунків. Треба зазначити, що більшість опитаних не живе у

борг (77 %), а практика кредитування користується попитом. Характеристика загальних ознак економічної культури та фінансових відносин на пострадянському просторі згідно цього дослідження є наступною:

1. низький рівень фінансової грамотності;
2. діапазон фінансових практик не великий;
3. перекладання відповідальності майнових проблем на державу, в очікуванні, що вона все вирішить;

4. низький рівень довіри до фінансових установ;
5. рівень матеріальної забезпеченості;
6. незацікавленість у новинах ринку, фінансів;

У звіті щодо рівня фінансової грамотності [Фінансова грамотність, 2019], за 2019 рік щодо рівня фінансової грамотності населення характеристика є наступною:

1. високий рівень освіти в цілому;
2. збільшення кількості комерційних банків;
3. низький рівень довіри до фінансових установ;
4. низький рівень доходів, порівняно із Східною Європою, а ринки страхування, кредитування, іпотеки та інвестиції є малими;
5. серед фінансових практик попитом користуються заощадження, готівкові розрахунки, банківські рахунки;
6. загальний індекс фінансової грамотності України становить - 11.6 (із 21);
7. наявність інтересу до фінансової грамотності. При цьому найнижчий рівень фінансової грамотності у віковій групі 18-24 роки;

РОЗДІЛ III

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ БОРГОВИХ ВІДНОСИН МОЛОДІ НА ОСНОВІ ОНЛАЙН ФОКУС-ГРУП

Методологічний розділ

Тема: Боргові відносини студентської молоді.

Проблемна ситуація: культура фінансових відносин, вона ж економічна культура, є показником фінансового добробуту та інклюзії тих чи інших соціально-демографічних груп населення. Гроші у сучасному світі являють собою певне явище, яке наділяється населенням символізмом та сенсами. Ставлення із раннього дитинства індивіда до грошей формується під впливом багатьох факторів. Локально - це матеріальне становище сім'ї та її фінансові відносини, виховання та оточення, глобально - рівень життя населення в цілому, економічний стан країни та як він формувався історично. Все це визначає економічну поведінку індивіда, його принципи залученості або незалученості до фінансових відносин, серед яких суттєву роль відіграють боргові відносини. До уваги береться така соціальна група як студентство. Економічний стан країни не забезпечує повноцінне фінансування від ВНЗ, тільки 40% студентів денної форми отримують академічну стипендію, показник фінансового добробуту українського населення низький [Федорова, 2021]. До цього накладається корупційність, соціальна несправедливість та нездорова конкуренція на ринку праці або відсутність працевлаштування після навчання як такого.

У дослідженні щодо рівня фінансової грамотності українського населення [Фінансова грамотність, 2019] було виявлено, що незалежно від матеріального становища українців, на фінансовий добробут впливає саме ставлення до грошей, оцінка перспективи заощаджень, фінансова

грамотність. Відповідно ці фактори можуть пояснювати боргові відносини молоді.

Теоретичний об'єкт: боргові відносини молоді.

Емпіричний об'єкт: всі студенти Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Предмет: шляхи (не)залученості студентів до боргових відносин.

Мета: проаналізувати шляхи (не)залученості студентів до боргових відносин.

Метод дослідження: фокус-групові інтерв'ю у онлайн-форматі з використання платформи GoogleMeet.

Завдання:

- 1.1. З'ясувати шляхи залученості до процесу боргових практик.
- 1.2. З'ясувати процес вибору того чи іншого виду боргової практики.
- 1.3. Окреслити переваги та недоліки боргових практик на думку тих, хто залучений до боргових практик.
- 1.4. З'ясувати, як вплинула пандемія на економіку, фінансовий стан студентів.
- 1.5. З'ясувати, як студенти сприймають рекламу щодо мікrokредитів.
- 1.6. З'ясувати як студенти залучились / перебували / перебувають у боргових практик.
- 2.1. З'ясувати особливості (не)залученості до процесу боргових практик.
- 2.2. З'ясувати, як вплинула пандемія на економіку, фінансовий стан студентів, які (не)залучені до боргових практик.
- 2.3. З'ясувати, як студенти сприймають рекламу щодо мікrokредитів практик.

2.4. Окреслити переваги та недоліки боргових практик на думку тих, хто (не)залучений до боргових практик.

Гіпотези:

Для групи учасників_ць, що мали досвід боргових відносин:

1.1. Залученість до боргових практик обумовлена нестабільним фінансовим становищем студента.

1.2. Основним джерелом боргових практик є мікрокредити.

1.3. Мікрокредити, серед усіх інших видів боргових практик, мають більше недоліків.

1.4. В українському суспільстві реклама щодо боргових практик сприймається негативно.

1.5. Негативне відношення до боргових практик пояснюється історично-економічною обумовленістю українського суспільства.

Для групи учасників_ць, що мали досвід боргових відносин:

2.1. Економічне становище країни та пандемія ніяк не вплинули матеріальне становище респондентів.

2.2. Основною причиною залученості до боргових практик є нестабільне матеріальне становище.

2.3. Респонденти мають нейтральне ставлення до тих, у кого наявний досвід боргових практик.

2.4. Мікрокредити, серед усіх інших видів боргових практик, мають більше недоліків.

2.5. В українському суспільстві реклама щодо боргових практик сприймається негативно.

2.6. Негативне відношення до боргових практик пояснюється історично-економічною обумовленістю українського суспільства.

Процедурний розділ

Обґрунтування вибору стратегії, методу та методик дослідження

Це дослідження передбачає використання якісної стратегії дослідження, метою якого є не тільки пояснення особливостей застосування онлайн фокус-груп в умовах пандемії, а й охарактеризувати особливості залученості або (не)залученості до боргових відносин студентства. Тобто це дослідження буде направлене на з'ясування механізмів, критеріїв та факторів впливу, за якими студенти надають або не надають перевагу тій чи іншій борговій практиці. Також з'ясувати рівень сензитивності цієї теми в умовах використання методу онлайн фокус-груп. Тож, кінцевою метою цієї стратегії є отримання змістовних відповідей, які дадуть можливість сформулювати критерії, за якими студенти залучаються або (не)залучаються до боргових відносин.

Для досягнення мети дослідження найоптимальнішим методом збору соціологічної інформації виступає метод онлайн фокус-групового інтерв'ю. Перевага методу у межах дослідження боргових відносин студентства полягає у тому, що він спрямований на досягнення суб'єктивного рівня сприйняття. Умови неформальної бесіди сприятимуть більш відкритому вираженню індивідуального та колективного досвіду респондентів. У межах цього дослідження важливо почути думку кожного респондента, а також прослідкувати, чи знайдуть ці думки підтримку у колі учасників онлайн фокус-групи. Сюди додається “вимушений” вибір онлайн фокус-груп через пандемічну ситуацію в країні.

У межах дослідження планується застосовувати процедуру онлайн фокус-групи, яка полягає у дискусії модератора з респондентами за завчасно спланованим сценарієм (гайдом інтерв'ю) із використанням платформи GoogleMeet. У наявності було два гайди, так як досліджувались дві групи із різними досвідами боргових відносин, із 5-ма та 6-ма блоками питань відповідно. Вони складались із переліку запитань, які представляють для дослідників найбільший інтерес. Під час дискусії застосовуватимуться зондуючі методики, які використовуються для більш

глибинного обстеження проблеми. Методики цього типу передбачають активізацію уваги, залучають до обговорення важливих для дослідників тем, допомагають детальніше розкрити досліджувану проблему. Передбачається використати методику ранжування, у межах якої учасникам онлайн фокус-групи пропонуватиметься проранжувати ТОП боргових практик.

Обґрунтування вибірки дослідження та рекрутинг

У межах дослідження боргових відносин учасниками онлайн фокус-групових інтерв'ю виступають дві групи студентів.

1 група - студенти КНУ ім. Т. Шевченка, які мали досвід боргових практик.

2 група - студенти КНУ ім. Т. Шевченка, які не мали досвід боргових практик.

Було застосовано стихійний відбір. За допомогою голів студпарламентів усіх факультетів Київського національного університету імені Тараса Шевченка у Telegram-чати усіх курсів було розіслано оголошення із набором учасників на онлайн фокус-групу. Пріоритет надавався спочатку тим, у кого був досвід боргових практик, а потім тим, у кого його не було. Перша ОФГ складалась із трьох учасників, друга - із чотирьох.

Графік проведення онлайн фокус-груп

Група	Учасники	Дата	Час	Модераторка/ транскриберка
ОФГ-1	Ті, хто мав досвід боргових практик	13.03.2021	12:00	Орлова Олена
ОФГ-2	Ті, хто не мав досвід боргових практик	14.03.2021	12:00	Орлова Олена

Інструментарій дослідження (див. Дод. А та Дод. Б)

	Перелік блоків
Гайд №1	Вибір боргової практики, Вибір боргової практики Джерела боргових практик, Переваги та недоліки боргових практик, Обговорення реклами мікрокредитів, Рефлексія щодо наявного досвіду
Гайд №2	Загальна оцінка боргових практик, Точка входу у боргові практики, Рівень упередженості, Переваги та недоліки боргових практик, Тест реклами мікрокредитів

Аналітичний звіт за результатами онлайн фокус-групового дослідження

Результати на основі ОФГ із учасниками_цями, що мали досвід боргових відносин

Блок №1 Вибір боргової практики: загальне

Для ґрунтовного аналізу першого блоку було прийнято рішення сфокусуватись на трьох ключових питаннях, які в цілому описують інформацію у цьому блоці. Питання стосувались: спогадів про те, що наштовхнуло, аби залучитись до боргової практики, зв'язок між нестабільною економічною ситуацією в країні та залученістю до боргової практики, вплив пандемії. Так як інформантів всього три, в деяких випадках буде описана ситуація кожного.

Два інформанти зазначили, що процес входження пов'язаний із належністю до соціальної групи “студентство”, що стипендії недостатньо, аби задовольняти свої потреби і при цьому підтримки від батьків або не було або це питання навіть не піднімалось. Останній інформант зазначив,

що до боргової практики долучився, аби допомогти другові. Інформанти чоловічої статі зазначили, що пандемія позитивно вплинула на їх фінансовий статус, адже з'явилась можливість більше заробити дистанційно та встигати приділяти увагу навчанню.

Блок №2 Вибір боргової практики: конкретне та Блок №3 Джерела боргових практик

Вибір боргової практики, зі слів інформантів відбувався наступним чином: випадковий - інформант чоловічої статі допоміг другові. цілеспрямований - інформант чоловічої та жіночої статі були вимушені залучитись до боргової практики. Інформантка зазначила, що відчула певне упереджене ставлення банкової системи до студентства, тому що їх вважають неплатоспроможними:

“Але я знаю, що є така проблема, що коли ти студент, взагалі, кожний раз, коли людині дають кредит, то треба якесь там підтвердження і розуміння для банку, що людина платоспроможна взагалі і в неї є якісь там надбання і так далі. І пам'ятаю, що коли робили запит до банків, які співпрацюють із магазином, у якому я брала ноутбук, то мені сказали, що скоріш за все є лише один банк, який дасть студентці кредит, тому що в тебе немає постійної зайнятості і я, власне, розуміла, що я на пташиних правах і я оберу ту систему, яку мені запропонують, тому що я студентка, в мене немає постійного заробітку”

Інформантка №1, 21 рік

В інформанта, залученість якого була цілеспрямована, зазначив, що у сім'ї культура позичання не є прийнятою, кожен має мати свої гроші, а мікрокредити - це частина табуйованої фінансової піраміди. Треба зазначити, що інформанти із цілеспрямованим вибором боргової практики характеризуються необізнаністю щодо принципу роботи кредитів та банкової системи в цілому, їх вибір пояснювався словами “вибору не було, не знаю, чого я обрав саме це тощо” і наявність банкової картки - це вже

певна статусність у суспільстві, належність до групи дорослих. В інформанта, залученість якого була випадкова, зазначив, що вибір мікрокредиту був самостійний, шляхом отримання списку усіх організацій, які їх надають та обиранням найвигіднішої пропозиції.

Інформанти, які цілеспрямовано обрали боргову практику зазначили: інформантка має упереджене ставлення до мікрокредитів, через відсутність довіри, відчуття незахищеності, що це “кидання на гроші”, інформант зазначив, що мікрокредити - це табуйованість. Інформант, який користувався мікрокредитом зазначив, що батьки про це не знають. Основними агентами впливу були соціальні мережі, Інтернет в цілому або їх не було взагалі.

Блок №4 Переваги та недоліки боргових практик

Мікрокредити, за словами одного із інформантів, який їм користувався, легше отримати, ніж кредит, особливо, якщо ти відносишся до соціальної групи студентства, організації, які їх видають, не потребують багато документів. Недолік таких організацій полягає у ланцюговій реакції потрапляння у борги, тому банки та позичання у родичів / знайомих є більш надійним та захищеним на правовому рівні. ТОП боргових практик, на думку цього інформанта: банки, мікрокредитні організації, позички у родичів / друзів, ломбарди.

Інформант, досвід якого був кредит та позички, сформулював ТОП боргових практик наступним чином: позички у родичів/ друзів, банки, мікрокредитні організації, ломбарди.

Інформатка, досвідом якої був кредит, сформулювала ТОП боргових практик наступним чином: банки, позички у родичів/ друзів, мікрокредитні організації, ломбарди.

Блок №5 Обговорення реклами мікрокредитів

Першою рекламою, яка спала на думку, усім інформантам - це реклама від Манівео. Інформантка зазначила, що вона викликає негативні

емоції, зокрема, там спостерігається об'єктивація жінок. Наявність або відсутність реклами у соціальних мережах пояснюється пошуковими алгоритмами споживачів. В цілому, респонденти зазначили, що реклама не сильно вплинула на їх вибір надання переваги тому чи іншому виду боргової практики.

Формуючи разом із респондентами ідеальну рекламу, було виділено наступні її характеристики:

1. Так як реклама впливає на впізнаваність брендів, то вона має бути якісною.
2. Наявність таргетованої реклами: тобто щоб реклама з'являлась у соц. мережах тільки тим, хто може стати потенційним користувачем, тим, хто гуглив, переходив на сайти тощо.
3. Відсутність об'єктивації жінок/ чоловіків.
4. Наявність у рекламі цінностей безпеки, надійності та захищеності, відсутність демонстрації успіху.
5. Була думка, що реклама має бути максимально недолугою.

Один із інформантів зазначив, що заборонив би рекламу, у нашому суспільстві наявний “відчай бідності”:

“Я, якби типу, я був пов'язаний із цим, то я заборонив все це, від мікрокредитів до банків, я вважаю, що людство має перестати жити у борг. У моєму ідеальному світі такої реклами взагалі типу не було б.”

Інформант №2, 21 рік

Блок №6 Рефлексія щодо наявного досвіду

Рефлексуючи вже щодо наявного досвіду залученості інформантів до боргових практик, простежувалась загальна думка жалю такого досвіду і небажання бути знову бути пов'язаним із цим. Було зазначено, що потрібно піднімати рівень фінансової грамотності серед усіх соціально-демографічних груп населення, і що залученість або (не)залученість до боргових практик це, в першу чергу, вибір людини.

Загалом, боргові відносини в українському суспільстві, на думку респондентів, стигматизовані і причиною було зазначено радянський простір. Планова економіка та ринкова економіка формують різну колективну пам'ять і ставлення до грошей. Інформантом жіночої статі був наведений приклад Штатів, як взірець великого попиту на кредитування, де ця практика є нормою та основою фінансових відносин.

Результати на основі ОФГ із учасниками_цями, що не мали досвід боргових відносин

Блок №1 Загальна оцінка боргових практик

Аналогічно, для ґрунтовного аналізу першого блоку було прийнято рішення сфокусуватись на трьох ключових питаннях, які в цілому описують інформацію у цьому блоці. Питання стосувались: вплив пандемії та нестабільна ситуація у країні, чи був період, коли інформанти задумувались, аби залучитись до боргової практики та їх загальна оцінка щодо боргових практик. Так як інформантів всього чотири, в деяких випадках буде описана ситуація кожного.

Пандемія ніяк не вплинула на фінансове становище інформантів та їх сімей, два респоденти стабільно працювали до цього, двом іншим респондентам було достатньо стипендії та підтримки батьків. Відповідно, нестабільність економічної ситуації в Україні не тільки з точки зору пандемії, а взагалі, теж ніяк не вплинуло. Респоденти більш ознайомлені зі специфікою роботи боргових практик, їх переваг та недоліків, але їх ставлення пояснюється досвідом їх родичів/ друзів/ знайомих. В ході обговорення загального ставлення до боргових практик зазначалось, що:

1. Мікрокредити сприймаються негативно, ними користуються люди із низькою фінансовою грамотністю.
2. Загалом боргові практики сприймаються негативно через повільний перехід від планової економіки до ринкової, який зумовлений економічною кризою. Свої відчуття респонденти характеризували такими

словами як “тривожність”, “безнадія”, “відзрза”. В цілому, є динаміка щодо позитивного ставлення до кредитів, зокрема, в українському суспільстві.

3. Обрання того чи іншого виду боргової практики - це суто індивідуальна практика, вибір людини.

Блок №2 Точка входу у боргові практики

Було зазначено декілька ключових речей:

Перша - точка входу у боргові практики є досить індивідуальною, кожна людина має свій матеріальний стан та рівень психологічного сприйняття у критичних ситуаціях. Друга - градація залученості до цих практик залежить від виду боргу та потреб індивіда. В цілому, інформанти підкріплювали свої обґрунтування досвідом інших людей та власним асоціативним полем думок. В ході проективної ситуації, коли інформантам все-таки довелось б долучились до боргової практики, вирішальним факторами була б сама ситуація (тобто їм було складно оцінити точку входу) та вплив родичів.

Блок №3 Рівень упередженості

Аналізуючи відповіді респондентів, упередженість формується найбільше до ломбардів як до виду боргової практики. Також ця упередженість з’являється не стільки від виду, скільки від процесу використання боргової практики та наслідків. Тобто, якщо людина довго не повертає гроші, у випадку позичок, не сплачує кредит / мікрокредит або користується ними на постійній основі - це більше впливає на упередженість до боргових практик конкретних людей.

Як вже зазначалось в аналізі блоку №1, то в українському суспільстві присутнє стигматизоване ставлення до кредитування через відголосок радянських часів та економічної політики тодішньої влади. Ще одним фактором негативного ставлення до боргових практик є низький рівень фінансової освіти і грамотності, як наслідку. Пара респондентів

навели США в якості прикладу розвиненої країни, де практика кредитування є повсякденною справою більшості американців, де рівень фінансової грамотності вищий.

Блок №4 Переваги та недоліки до боргових практик

Так як інформантам ставилось завдання сформуванати ТОП боргових практик, де на першому місці була практика для них найбільш надійна і вони б нею користувались, а на останньому місці практика, якій вони не довіряють і не хотіли користуватись. Перелік практик надавався модератором.

ТОП боргових практик на думку інформанта №1: займи, кредит, ломбард, мікрокредит.

ТОП боргових практик на думку інформанта №2: ломбард, займи, кредит, мікрокредит (було зазначено, що у цьому випадку критерій ранжування - рівень довіри).

ТОП боргових практик на думку інформанта №3 мікрокредит, займи, кредит, ломбард.

ТОП боргових практик на думку інформанта №4 є аналогічний до інформанта №2: ломбард, займи, кредит, мікрокредит (було зазначено, що у цьому випадку критерій ранжування - рівень довіри).

Блок №5 Обговорення реклами мікрокредитів

Першою рекламою, яка спала на думку, усім інформантам - це реклама від Манівео. Три респоденти додали, що ця реклама є сексистською. Респондентам притаманне екологічне споживання реклами - мінімізація контактів із нею. Наприклад, один із респондентів користується розширенням, яке блокує рекламу та преміум-підпискою у YouTube. Інший респондент не використовує деякі соціальні мережі взагалі. Відповідно, більшості інформантам було складно пригадати приклади найбільш зустріваних реклам щодо мікрокредитів. В цілому, мікрокредитна реклама не викликає довіри. Серед тих, хто користується

соціальними мережами, зазначалось. що реклама зустрічається в Instagram, ті чи інші сайти, YouTube.

Формуючи разом із респондентами ідеальну рекламу, було виділено наступні її характеристики:

1. Реклама щодо кредитування має розміщуватись у самих установах, що їх надають і все. В онлайн просторі мають використовуватись алгоритми таргетингу, аби її бачила саме цільова аудиторія.

2. Вона має бути інформативною та змістовно наповненою, де чітко прописані умови використання.

3. Реклама має викликати довіру. Наприклад, демонструвати наслідки використання на прикладі реальної людини.

4. Вона має підвищувати фінансову грамотність.

5. Відсутність об'єктивації жінок / чоловіків.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

Аналіз результатів отриманих на основі проведення онлайн фокус-групового інтерв'ю з групою, учасники_ці якої мали досвід залучення до боргових відносин

Причиною залучення до боргових практик інформантів було нестабільне фінансове становище, що підтверджує Гіпотезу № 1.1. Нестабільність пояснюється відсутністю підтримкою родичів/ батьків та упередженим ставленням до соціальної групи “студентство”. Узагальнення щодо впливу пандемії на фінансове становище учасників не можна, так було описано три різні ситуації, з точки зору часу залученості до боргових практик. Джерелом боргових пратик кожного інформанта було різне, відповідно, не можна зробити узагальнення. Це, в першу чергу, пояснюється малою кількістю респондентів. Відповідно, Гіпотеза № 1.2. про те, що мікрокредит є основним джерелом боргових практик не

підтвердилась і потребує подальших допрацювань дослідження. Інформантами було зазначено, що ломбарди серед усіх боргових пратик, на їх думку, мають найбільше недоліків. Відповідно, Гіпотеза № 1.3. не підтвердилась. У ТОП боргових практик, вони були на останньому місці. Наявна реклама, яку респонденти бачать у повсякденному житті сприймається негативно, адже вона не є правдивою, не викликає довіри та є стигматизуючою, тому Гіпотеза № 1.4. підтвердилась. Респонденти зазначили, що не хотіли б більше мати досвід боргових практик. Вони визнають, що негативне ставлення до цих практик на вітчизняному просторі є і це пояснюється низьким рівнем фінансової грамотності українського населення. Воно обґрунтовується економічною політикою радянських часів і пострадянською кризою. Що цікаво, респонденти під кінець ОФГ зазначили, що їх вчинки не були усвідомленими під вибору залучення до боргових практик і в ході користування тими чи іншими їхніми видами вони не занурювались у те, як працює фінансова система і той чи інший вид практики. Відповідно, Гіпотеза № 1.5. підтвердилась.

Аналіз результатів отриманих на основі проведення онлайн фокус-групового інтерв'ю з групою, учасники_ці якої мали досвід залучення до боргових відносин

Ця група респондентів характеризувалась стабільним фінансовим становищем до пандемії так і після. Більшості вона позитивно вплинула на економічний стан. Гіпотеза № 2.1. підтвердилась. Порівняно із групою респондентів, які мали досвід боргових практик, ця група характеризувалась більш високим рівнем фінансової грамотності, але в той же час кожній групі притаманне пояснення речей на асоціативному рівні та досвіді знайомих/ родичів. Рефлексуючи щодо точки входу до боргових практик, зазначалось, що вона є досить індивідуальною річчю і не завжди залученість до боргових практик - це нестабільне фінансове

становище. Відповідно, Гіпотеза № 2.2. спростувалась. Рівень упередженості цими учасниками до тих, хто залучений до боргових практик буде наявний не через факт залученості до них, а як саме індивіди ними користується і його відношенням, тому Гіпотеза № 2.3. підтвердилась. Обговорюючи переваги та недоліки боргових практик, у фокус уваги було обрано їх 4 види: займи, кредит, ломбард та мікрокредит. Вибудовуючи ТОП боргових практик, мікрокредити були на останньому місці у двох інформанток. Вони характеризували їх найбільш ненадійними з точки зору досвіду їх знайомих/ родичів. В той час коли в інформантів чоловічої статі у ТОПах мікрокредит був на першому місці, де причиною такого вибору було пояснення принципу їх функціонування. Чи підтвердилась Гіпотеза № 2.4. невідомо і потребує подальших допрацювань. Аналогічно до групи респондентів, які мали досвід боргових практик, інформанти перерахували ті ж ознаки реклами щодо боргових практик, вони були негативними і тому Гіпотеза № 2.5. підтвердилась. Загалом боргові практики сприймаються негативно через повільний перехід від планової економіки до ринкової, який зумовлений економічною кризою, що означає, що Гіпотеза № 2.6. підтвердилась.

Методичний звіт

Так як це дослідження проводилось в онлайн-форматі, в умовах пандемії, видається доцільним проаналізувати методичні особливості та місця, що потребують покращення. Варто зазначити, що протягом дослідження не виникало таких проблем, які не вдалося вирішити (застосовані вирішення також описано), тому цей огляд має більше рекомендаційний характер для подальших досліджень + це дослідження потребує допрацювань та може слугувати пілотажем для магістерської роботи.

Етап підготовки: на цьому етапі головною метою було налагодження комунікації із головами студпарламентів, підготовка гайдів. Для цього було створено повідомлення із закликом набору респондентів і було розіслано в чати-Telegram усі курсів факультетів Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Першопочатково, за дослідницьку мету було поставлено провести дві ОФГ зі студентами, які мали досвід боргових практик. Почався процес рекрутингу, сформувались дві групи, але за годину до початку проведення першої ОФГ троє учасників відмовились від участі, пояснюючи такими причинами як термінова справа. Порадившись із науковим керівником, було прийнято наступне рішення: провести одну ОФГ із тими, хто мав досвід боргових практик та тими, хто не мав. Набравши по чотири респондента на кожну ОФГ було заплановано онлайн зустрічі. На першу ОФГ із тими, хто не мав досвід, одна людина не з'явилась. Було прийнято рішення провдити ОФГ в поточній кількості. На другу ОФГ з'явилися усі учасники. Треба зазначати, що рекрутинг відбувався з боку наукового викладача також, пропонуючи студентам додаткові бали, але ніяких реакцій не було.

Проблема №1: низький рівень вмотивованості брати участь у дослідженні; низький рівень відповідальності потенційних респондентів.

Рішення/ рекомендація: негативний досвід у дослідженні це позитивний досвід для методологічного вдосконалення. Заохочувати матеріальною складовою або іншим видом бонусу.

Проблема №2: у результаті малий обсяг вибірки і в процесі написання висновків не всі гіпотези можна підтвердити або спростувати.

Рішення/ рекомендація: аналогічне до попереднього - вдосконалити процес рекрутингу.

Етап збору інформації: оскільки основним методом збору інформації були онлайн фокус-групи, їх реалізації забезпечувалася таким чином: електронне запрошення надсиалося відібраним учасникам на

пошту, модерування в платформі GoogleMeet. Окрім класичних проблем, що притаманні таким дослідженням, виникали й ті, що пов'язані з онлайн методом, їх і розглянемо:

Проблема №2: слабкий Інтернет в учасників

Рішення/ рекомендації: виходячи із вже проблемної ситуації, модератор зобов'язаний дочекатись повторного підключення учасника та продовжити розмову з місця, де учасник зупинився. Важливо підтримувати позитивну атмосферу на зустрічі та попросити інших учасників поставитись до затримки із розумінням. Фізична відстань деяким чином впливає і на ментальну. Особливості онлайн формату накладають відбиток на групову динаміку дискусії.

На цьому етапі не було проблеми щодо низької включеності учасників у дискусії. Динаміка обговорень усіх питань була позитивною. Камери в усіх учасників були увімкненими, мікрофони вимикались, но респондент не давав відповідь.

Етап обробки даних передбачався транскрибуванням даних. Ніяких проблем не виникало.

Етап аналізу результатів відбувався відповідно до блоків у гайді.

ВИСНОВКИ

Було окреслено процедуру застосування методу онлайн фокус-груп. Зокрема розглянуто історичний процес його становлення, сучасний статус та сфери застосування, окреслено основні переваги та недоліки, методологію та методику. Цей метод на вітчизняному просторі перебуває на стадії початкового застосування і його потенційне використання є наслідком, в першу чергу, покращення Інтернет-послуг та комп'ютерної техніки загалом.

Здійснено окреслення культурно-економічної ретроспективи на вітчизняному просторі. Для цього нами було ознайомлено із загальним принципом функціонування фінансових відносин та глобальній арені. Так як дослідницьким інтересом був процес становлення боргових відносин серед вітчизняної молоді, було вирішено, що це здійсниться шляхом огляду економічної культури від початку формування СРСР до сучасних днів незалежності нашої країни.

Дослідницькі задачі №5 та №6 вже безпосередньо були пов'язані із дослідженням - визначити особливості (не)залученості до боргових відносин студентства. Загальний принцип цієї (не)залученості пояснюється фінансовим становищем респондентів, рівнем фінансової грамотності, їх загальним життєвим досвідом або досвідом знайомих/родичів/ друзів, повсякденним маркетингом, пандемією та економічною ситуацією у державі. Не всі дослідницькі гіпотези вийшло підтвердити або спростувати, через методологічну та методичну обмеженість. Зокрема, у методичному звіті було описані такі проблеми: низький рівень вмотивованості брати участь у дослідженні, низький рівень відповідальності потенційних респондентів, слабкий Інтернет в учасників. Рішення та рекомендації дослідником були надані. Також були поставлені дослідницькі гіпотези. Пандемічна ситуація є суттєвим фактором впливу

на складність проведення ОФГ, зокрема, що стосується рекрутингу. Це пояснюється низькою вмотивованістю і підвищеним ризиком зняти відповідальність індивіда від своїх дій. Відповідно, Гіпотеза №1 спростувалась. Незважаючи на той факт, що явка респондентів є низькою, але у жодній із ОФГ модератором не було помічено методологічний недолік щодо сензитивності досліджуваної тематики. Аби переконатись у цьому, у додатках будуть прикріплені транскрипти онлайн фокус-груп. Відповідно, Гіпотеза №2 спростувалась. Через слабкий зв'язок Інтернету, в ході ОФГ відбувались певні затримки, було складніше відслідковувати реакції на питання модератора, на відповіді інших учасників, відповідно Гіпотеза №3 підтвердилась.

Це дослідження потребує подальших емпіричних напрацювань. Зокрема, можна сказати, що це дослідження є пілотажем і методологічно, тут не було підтверджено або спростовано деякі дослідницькі гіпотези, тому не можна зробити повноцінні дослідницькі висновки. Відповідно, дослідження потребує повторного проведення із покращеним рекрутингом та збільшеною кількістю ОФГ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Болтянская Н. Сталинское раскрестьянивание. Политика. Практика. Цена [Електронний ресурс] / Н. Болтянская. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <https://echo.msk.ru/programs/staliname/594569-echo/>.
2. Бурдые П. Практический смысл / П. Бурдые., 2001. – (Алетья). – 34 с.
3. Герасимова Р. СТРАНЫ ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА: 20 ЛЕТ ПО ПУТИ ТРАНСФОРМАЦИИ [Електронний ресурс] / Р. Герасимова. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.sov-europe.ru/images/pdf/2011/1-2011/gerasimova1-2011.pdf>.
4. Гірник А. М. Метод онлайн фокус-груп [Електронний ресурс] / А. М. Гірник, Д. А. Гірник // Наукові записки. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3958/Hirnyk_Metod_on-lain.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2wWKRvjKXPLrTVt28347_InVLuZ8fS0NBNv3fBhI1B_rjl5StD8jzjnXE.
5. Джеймс Н. Credibility, Authenticity and Voice: Dilemmas in Online Interviewing [Електронний ресурс] / Н. Джеймс, Х. Бушер // ResearchGate. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/27245393_Credibility_Authenticity_and_Voice_Dilemmas_in_Online_Interviewing.
6. Дмітрієва Є. В. Фокус-групи в маркетингу та соціології / Є. В. Дмітрієва., 1998. – 23 с.
7. Кабінет Міністрів України. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України // КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ РОЗПОРЯДЖЕННЯ. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>.
8. Клапгам Р. Соціальна ринкова економіка: основні орієнтири для України [Електронний ресурс] / Р. Клапгам // Представництво

- Фонду ім. Конрада Аденауера в Україні. – 2006. – Режим доступу до ресурсу:
https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=fd09040-c287-9b41-fb80-f1d8620ab725&groupId=252038.
9. Климчук А. Фінансова грамотність населення України залишає бажати кращого [Електронний ресурс] / А. Климчук. – 2013. – Режим доступу до ресурсу:
<http://iqholding.com.ua/articles/f%D1%96nansova-gramotn%D1%96st-naselennya-ukra%D1%97ni-zalisha%D1%94-bazhati-krashchogo>.
 10. Лапшин С. А. Методика проведення фокус-груп [Електронний ресурс] / С. А. Лапшин // Вінниця: ВДПУ. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://vspu.edu.ua/faculty/histor/documents/pr7.pdf>.
 11. Лебедев П. А. Онлайн-опросы [Електронний ресурс] / П. А. Лебедев // Социология. – 2010. – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.jour.fnisc.ru/index.php/soc4m/article/view/3674/3461>.
 12. Медведев Р. Экономика стран Содружества: на разных скоростях по разным дорогам [Електронний ресурс] / Р. Медведев // Вопросы экономики. – 2006. – Режим доступу до ресурсу:
<https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-stran-sodruzhestva-na-raznyh-skorostyah-po-raznym-dorogam/viewer>.
 13. Мельникова О. Т. Теория и история методов [Електронний ресурс] / О. Т. Мельникова. – 2007. – Режим доступу до ресурсу:
<http://ecsocman.hse.ru/data/2012/05/15/1271955079/Melnikova.pdf>.
 14. Мертон Р. Фокусированное интервью / Р. Мертон, М. Фiske, П. Кендалл. – Москва, 1991. – 54 с.
 15. Никонорова Т. Жены партийных работников буквально сходили с ума [Електронний ресурс] / Т. Никонорова // Lenta.ru. – 2017. – Режим доступу до ресурсу:
<https://lenta.ru/articles/2017/01/31/roskosh/>.
 16. Окландер М. А. Тенденції маркетингових досліджень: онлайн панелі та онлайн спільноти [Електронний ресурс] / М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – Режим доступу до ресурсу:

https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_118_129.pdf.

17. Селиванова М. Жизнь взаимы: что покупали в кредит советские граждане [Электронный ресурс] / М. Селиванова // ТАСС. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://tass.ru/ekonomika/4475142>.
18. Семенова В. В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию / В. В. Семенова., 1998. – (Добросвет). – 146 с.
19. Сравнение семи популярных платформ для вебинаров и конференций [Электронный ресурс] // Хабр. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://habr.com/ru/company/leader-id/blog/495094/>.
20. Троцкий Л. Д. Преданная революция: Что такое СССР и куда он идет? / Л. Д. Троцкий. – СССР: НИИ Культуры, 1991. – 123 с.
21. Удовик О. Подолання цифрового розриву в Україні: людиноцентричний підхід [Електронний ресурс] / О. Удовик, О. Москаленко, Є. Килимник // ПРООН. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/blog/2020/bridging-the-digital-divide-in-ukraine--a-human-centric-approach.html>.
22. Федоров М. Понад 5,5 мільйонів українців не можуть отримати якісний фіксований інтернет [Електронний ресурс] / М. Федоров // Українська правда. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2020/07/30/7261199/>.
23. Федорова А. Стипендія 2020: розмір соціальних і академічних виплат [Електронний ресурс] / А. Федорова // Юридичний портал України. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: [https://lawportal.com.ua/stipendija-rozmir-socialnih-akademichnih-viplat.html#:~:text=%D0%A5%D1%82%D0%BE%20%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%94%20%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%96%D1%8E%20\(%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%B](https://lawportal.com.ua/stipendija-rozmir-socialnih-akademichnih-viplat.html#:~:text=%D0%A5%D1%82%D0%BE%20%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%94%20%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%96%D1%8E%20(%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%B)

D%D0%B3%20%D1%83%D1%81%D0%BF%D1%96%D1%88%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0)&text=%D0%92%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8F%D1%87%D0%B8%20%D0%B7%20%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%BC%20%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%20%D0%9A%D0%9C%D0%A3,%D0%BD%D0%B0%20%D0%B1%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82%D1%96%2C%20%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BC%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C%20%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%83%20%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%96%D1%8E.

24. Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні [Електронний ресурс] // USAID. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/06/Financial-Literacy-Survey-Report_June2019_ua.pdf?fbclid=IwAR2AlpnGNn8big9d0_v6YEhNBwL69ErT0ToDVmY5Rq8dIJqSvLVndCm5ueM.
25. Харченко Н. РІЗНОМАНІТНІСТЬ АСПЕКТІВ БІДНОСТІ: СПРОБА СОЦІОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ [Електронний ресурс] / Н. Харченко // Наукові записки. – 1999. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kiis.com.ua/materials/articles/poverty.pdf>.
26. Черемісова Т. А. Міжнародні фінансові відносини та валютний ринок в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Т. А. Черемісова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vsed_2013_2\(1\)_31](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vsed_2013_2(1)_31).
27. Чкония А. Цифровой потенциал стран – участниц ЕАБР [Електронний ресурс] / А. Чкония // ЦЕНТР ИНТЕГРАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://eabr.org/upload/iblock/551/EABR_Digital_Potential_06_2019.p

df.

28. Boydell N. Avoiding Pitfalls and Realising Opportunities: Reflecting on Issues of Sampling and Recruitment for Online Focus Groups [Электронный ресурс] / N. Boydell, G. Fergie, L. McDaid // Sage journals. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/160940691401300109>.
29. Hamilton R. Internet Recruitment and E-Mail Interviews in Qualitative Studies [Электронный ресурс] / R. Hamilton, J. Bowers // Sage journals. – 2006. – Режим доступа до ресурсу: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1049732306287599?icid=int.sj-abstract.similar-articles.1>.
30. Hyun J. Y. Focus group research [Электронный ресурс] / Jung Yun Hyun // Britannica. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.britannica.com/topic/focus-group>.
31. ITU. Measuring digital development: Facts and figures 2020 [Электронный ресурс] / ITU // International Telecommunication Union. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>.
32. Marr B. How Much Data Do We Create Every Day? [Электронный ресурс] / B. Marr // Forbes. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/05/21/how-much-datao-we-create-every-day-the-mind-blowing-stats-everyone-should-read/?sh=1facea0560ba&fbclid=IwAR3NAs7nKVjhQPkoJHwXnasmpCBLR8pbxG-tA8RCdaNxNGEzk8Kjxmt_GaA.
33. Roger J. Online Focus Groups: Electronic Discussions for Research [Электронный ресурс] / J. Roger // Forum: qualitative social research. – 2000. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1128/2510>.
34. Sweet C. Designing and conducting virtual focus groups [Электронный ресурс] / C. Sweet // ResearchGate. – 2001. – Режим доступа до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/235930794_Designing_and_c

conducting_virtual_focus_groups.

35. Turner M. Twenty-Five Years of Groupthink Theory and Research: Lessons from the Evaluation of a Theory [Электронный ресурс] / Marlene Turner // ScienceDirect. – 1998. – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074959789892756X>.
36. Walkowski J. Smart shopping. Tips for selecting a real-time virtual FG facility [Электронный ресурс] / J. Walkowski // Quirks Marketing Research. – 2001. – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.quirks.com/>.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Гайд модератора для групи учасників, які мали досвід боргових відносин

Вступне слово модератора. Пояснення того, чим буде займатися група.

- 1) Представлення модератора (ім'я, прізвище, організація, яку представляє)
- 2) Тема: "Соціологія як професія: шлях до вибору"
- 3) Конфіденційність
- 4) Звукозапис
- 5) Мова дискусії
- 6) Головні правила:
 - Щирість відповідей
 - Висловлення власної думки, навіть якщо вона суперечить думкам більшості учасників фокус-групи
 - Повага до думки інших, толерантне ставлення один до одного
 - Немає правильних або неправильних відповідей
 - Говорити чітко / по черзі, не перебиваючи один одного
 - Участь в обговоренні всіх учасників

Вступне слово модератора:

1. Добрий день! Пару організаційних слів від мене і будемо розпочинати. Мене звати Олена Орлова
2. Я студентка 4-го курсу факультету соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Коротко про дипломну роботу: тему, фокус.
3. Попрошу вас відповідати так, як ви справді думаєте, оскільки на питання, які ми будемо обговорювати, немає правильних чи неправильних відповідей. Я гарантую вам конфіденційність: ніщо зі сказаного вами не буде нікому передане, оскільки результати дослідження будуть представлені лише у вигляді узагальненого звіту. Все аналізувати буду тільки я.
4. Під час фокус-групи відбуватиметься запис нашої зустрічі, щоб я, могла написати стінограму.
5. Оскільки ми зустрічаємося в онлайн-форматі, то також я попрошу вас залишати камери увімкненими, але вимикати мікрофони, коли ви не говорите.

Давайте тепер перейдемо до знайомства. Розкажіть коротко про себе: як вас звати, звідки ви, скільки років, чим цікавитесь і займаєтесь? Хто хоче бути першим?

Розділ 1 . Як відбувався процес вибору боргової практики

1. Давайте пригадаємо той період, коли ви задумались про те, аби залучитись до боргової практики?

1.1. Що Вас нашттовхнуло на це? Який у Вас був стан? Чим був викликаний інтерес саме до цих боргових практик?

1.2. Якими можливо принципами Ви керувались, коли вирішили що залучетесь до даного виду боргової практики?

2. *Модератор: В державі нествбільна ситуація вцілому, у різних сферах. Ще нас торкнулась пандемія, для когось це нові можливості, для когось складний період. Як це було у вас? Чи вплинувало це на ваш / вашої сім'ї економічний стан?*

Пандемія припала на той період, коли ви залучились до боргової практики?

Розділ 2.1. Як відбувався процес вибору боргової практики

Модератор: давайте пригадаємо, коли ви вперше в житті дізналися про боргові практики. Як це було? Хто вам надав таку інформацію? Це чийсь досвід?

2. Чому той чи інший вид боргової практики здався для вас привабливим?

3. Чи шукали ви інформацію про боргові практики в Інтернеті – які слова, сполучення ви забивали у пошук? **У кожного детальніше дізнатись про процес пошуку** Чи дивилися сайти надання цих послуг? Які саме сайти?

Розділ 2.2. Як відбувався процес вибору боргової практики

Тепер давайте поговоримо про організації, які їх надають.

Можливо це 2 перші питання не знадобляться

1. Розкажіть, будь ласка, детальніше як ви вибирали джерело боргової практики? Яку інформацію збирали? Звідки?

1.1. Чи відвідували ви сайти даних послуг? Що на них шукали?

1.2. **Чи зверталися ви до соціальних мережах? Яких саме? (Facebook, Instagram, і т.д.)**

1.3. Якої інформації вам не вистачало під час вибору боргової практики?

2. Чи обговорювали ви з батьками ваш вибір? Чи давали вам поради? Що вони вам радили? До чийх порад ви прислухалися найбільше?

3. Якщо говорити про рекомендації ваших близьких (друзів, батьків, родичів, знайомих і т.д.), а також про інформацію з Інтернету (сайтів та соціальних мереж) – які з даних джерел більше вплинули на вас? Яким ви більше довіряли?

Розділ 3. Переваги та недоліки боргових практик

Модератор просить всіх учасників висловитись щодо тієї чи іншої боргової практики: усі плюси і мінуси, що сподобалось, що ні, пояснення своїх думок. Виставлення разом із респодентами ТОП боргових практик

Мікрокредити, кредити, займи, ломбарди тощо

Розділ 4. Тест реклами мікрокредитів

Пригадування: Реклама яких мікрокредитів Вам спадає перша на думку? *триває їх обговорення: перше враження, асоціації)*

У соцмережах таких як інстаграм, тик ток чи фейсбук – чи бачили Ви рекламу мікрокредитів? Чи зачипляло Вашу увагу? Чи переходили Ви по лінку, озайомлювались із умовами?

Давайте сформуємо ідеальну для вас рекламу із кредитів : що там повинно бути вказано, який стиль, де реклама повинна розміщатись, можливо кольори важливі для когось?

Розділ 5. Обговорення наявного досвіду

1. Ви вже деякий час залучені до тієї чи іншої боргової практики. Що скажете про цей досвід, яке враження?
2. Із якими труднощами ви зіткнулись і як ви їх долали / долаєте?
3. Чи не шкодуєте, що залучились до такої практики? Чи порекомендували ви б комусь таке?

Модератор: дякує, запитує, чи всі істотні аспекти дискусії, на думку учасників, були обговорені.

Додаток Б.

Гайд модератора для групи учасників, які не мали досвід боргових відносин

Вступне слово модератора. Пояснення того, чим буде займатися група.

- 1) Представлення модератора (ім'я, прізвище, організація, яку представляє)*
- 2) Тема: "Соціологія як професія: шлях до вибору"*
- 3) Конфіденційність*
- 4) Звукозапис*
- 5) Мова дискусії*
- 6) Головні правила:*
 - Щирість відповідей*
 - Висловлення власної думки, навіть якщо вона суперечить думкам більшості учасників фокус-групи*
 - Повага до думки інших, толерантне ставлення один до одного*
 - Немає правильних або неправильних відповідей*
 - Говорити чітко / по черзі, не перебиваючи один одного*
 - Участь в обговоренні всіх учасників*

Вступне слово модератора:

- 6. Добрий день! Пару організаційних слів від мене і будемо розпочинати. Мене звати Олена Орлова**
- 7. Я студентка 4-го курсу факультету соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Коротко про дипломну роботу: тему, фокус.**
- 8. Попрошу вас відповідати так, як ви справді думаєте, оскільки на питання, які ми будемо обговорювати, немає правильних чи неправильних відповідей. Я гарантую вам конфіденційність: ніщо зі сказаного вами не буде нікому передане, оскільки результати дослідження будуть представлені лише у вигляді узагальненого звіту. Все аналізувати буду тільки я.**
- 9. Під час фокус-групи відбуватиметься запис нашої зустрічі, щоб я, могла написати стенограму.**
- 10. Оскільки ми зустрічаємося в онлайн-форматі, то також я попрошу вас залишати камери увімкненими, але вимикати мікрофони, коли ви не говорите**

Давайте тепер перейдемо до знайомства. Розкажіть коротко про себе: як вас звати, звідки ви, скільки років, чим цікавитесь і займаєтеся? Хто хоче бути першим?

Розділ 1 . Загальне

Ввідне слово: ситуація у світі, у нашій країні не стабільна, через багато причин, особливо ситуація загострилась через пандемію.

1. **Модератор:** усіх нас торкнулась пандемія, для когось це нові можливості, для когось складний період. Давайте пригадаємо той період коли почався карантин, пройшов деякий час. Деякі люди зіштовхнулись із фінансовими труднощами. Що Ви думаєте про людей, які мали досвід боргових практик? Чи вплинувало це на ваш / вашої сім'ї економічний стан? Чи вплинуло задумувались Ви про те, через пандемію залучитись до боргової практики?
2. Чи був період, коли ви почали всерйоз задумуватись, аби залучитись до боргової практики? Якщо так, опишіть свій стан, коли задумувались, аби залучитись?
3. Взагалі як вважаєте, кредити, мікрокредити, ломбарди, займи – це щось погане чи хороше? Можливо, у нас в суспільстві є якийсь стереотип щодо даних практик?

Розділ 2. Точка входу у боргові практики

Давайте з Вами порефлексуємо щодо ось цієї точки входу до боргових практик.

1. Наскільки важкою повинна бути ситуація, аби людина вирішила долучитись до них? Що нею керує (стереотип про бідного студента, нестабільність в Україні та пандемія, фін стан сім'ї) – є відправною точкою?
2. Чи не виключаєте Ви той факт, що колись Вам доведеться долучитись до даних практик?
3. У вашому випадку хто чи що був би вирішальним фактором впливу на те, аби Ви залучились би до боргової практики ? (рекомендації ваших близьких (друзів, батьків, родичів, знайомих і т.д.а також про інформацію з Інтернету (сайтів та соціальних мереж) – які з даних джерел більше б вплинули на вас? Яким ви більше б довіряли?

Розділ 3. Рівень упередженості

Тепер давайте поговоримо про Ваше ставлення до людей, які залучені до боргових практик

4. Можливо Ви можете навести приклади ситуацій, за котрих Ви б поставились упереджено до тих, хто залучений до боргових практик?
5. Ваша упередженість буде залежати від ситуації чи від виду боргової практики?
6. Чи погоджуєтесь Ви що у пострадянських країнах боргові практики , щось все таки більш негативне , у розвинутих країнах у навчальних класах вже є дисципліни? Все у культурі ?

Розділ 4. Переваги та недоліки боргових практик

Модератор просить всіх учасників висловитись щодо тієї чи іншої боргової практики: усі плюси і мінуси, ви б особисто долучились (чому так, ні), пояснення своїх думок. По черзі обговорюємо види. Виставлення разом із респодентами ТОП боргових практик

Розділ 5. Тест реклами мікрокредитів

Пригадування: Реклама яких мікрокредитів Вам спадає перша на думку? *триває їх обговорення: перше враження, асоціації)*

У соц мережах таких як інстаграм, тик ток чи фейсбук – чи бачили Ви рекламу мікрокредитів? Чи зачепляло Вашу увагу? Чи переходили Ви по лінку, озайомлювались із умовами?

Із тієї реклами, що Ви бачили, вона для ок чи ок? Можливо щось із нею не так чи навпаки?

Давайте сформуємо ідеальну для вас рекламу із кредитів : що там повинно бути вказано, який стиль, де реклама повинна розміщатись, можливо кольори важливі для когось?

Таргетинг на піці розвитку. Чи повинні бути якісь санкції на налаштування?

Модератор: дякує, запитує, чи всі істотні аспекти дискусії, на думку учасників, були обговорені

Додаток В.

Транскрипт ОФГ із учасниками, які мали досвід боргових відносин

М: Вступне слово модератора:

1. Добрий день! Пару організаційних слів від мене і будемо розпочинати. Мене звати Олена Орлова
2. Я студентка 4-го курсу факультету соціології, КНУ ім Т.Г. Шевченка. Коротко про дипломну роботу: тему, фокус.
3. Попрошу вас відповідати так, як ви справді думаєте, оскільки на питання, які ми будемо обговорювати, немає правильних чи неправильних відповідей. Я гарантую вам конфіденційність: ніщо зі сказаного вами не буде нікому передане, оскільки результати дослідження будуть представлені лише у вигляді узагальненого звіту. Все аналізувати буду тільки я.
4. Під час фокус-групи відбуватиметься запис нашої зустрічі, щоб я, могла написати стінограму.
5. Оскільки ми зустрічаємося в онлайн-форматі, то також я попрошу вас залишати камери увімкненими, але вимикати мікрофони, коли ви не говорите

Давайте тепер перейдемо до знайомства. Розкажіть коротко про себе: як вас звати, звідки ви, скільки років, чим цікавитеся і займаєтеся? Хто хоче бути першим?

В: Мене звати Володимир Сікалов, я режисер рекламних відео і я навчаюсь на 4-му курсі факультеті соціології та на 4-му курсі факультету звукорежисури

А: мене звати Анастасія, мені 21 рік, я працюю в айтикомпанії у відділі рекрутингу. Мені дуже зичить, що ми проводимо цю фг, мені дуже цікаво, завжди мріяла бути учасницею фг аби зі мною хтось провів інтерв'ю, тому дякую за таку можливість.

К: Мене звати Микола, я навчаюсь на хімфаці, 2 курс, мені 18 років, працюю на хімічному підприємстві, у лабораторії, працюю повний робочий день.

М: Давайте пригадаємо той період, коли ви задумались про те, аби залучитись до боргової практики? Що Вас наштовхнуло на це? Який у Вас був стан? Чим був викликаний інтерес саме до цих боргових практик?

А: я не планувала залучитись до боргової практики, але життя таке бентежне і воно мене трохи залучило до неї. Але я пам'ятаю, що мій кейс, що я хотіла собі новий ноутбук, я знайшла роботу, там потрібен був швидкий комп'ютер, у мене був пк, а інший ноутбук, всі були дуже повільні, мені терміново потрібно було купити новий пристрій, на роботі мені не видадуть, от, грошей у мене не було, і я студентка, і мені довелось взяти кредит, от.

В: Я став навчатись на першому курсі і одразу ж став жити окремо від батьків, але після першої ж я перестав отримувати стипендію, після першого ж семестру, на роботі виплати дуже нерегулярні, у роботи мої були дуже нерегулярними, тому довелося брати кредитний ліміт в деякий українських банках, в одному насправді. Ти живеш трохи постійно в нього. Таке було моє залучення до боргових практик. Ще постійне позичання у друзів, потім це все треба запам'ятовувати звичайно, віддавати потім, або не віддавати або навпаки, тобі друзі винні. Потім це перетворюється у сніжний ком, тому що люди, які там тобі 4 роки не віддають і так далі.

М: У мене відносно недавно, цей, мій родич попросив фінансову допомогу.

У нього була дуже складна ситуація і я і брав гроші, ці, у МФО щоб у даний момент йому допомогти. Потім він тіпа віддавав мені все частково. Він повинен погасити усі ці проценти і віддати борг. І я частково видавав кредити. Допоміг другові

М: Який принцип залучення?

В: Просто бувають періоди, коли не вистачає мінімальних грошей на життя і ти береш або у друзів, або залазиш у цей кредитний ліміт.

М: В державі нествбільна ситуація в цілому, у різних сферах. Ще нас торкнулась пандемія, для когось це нові можливості, для когось складний період. Як це було у вас? Чи вплинувало це на ваш / вашої сім'ї економічний стан?

Пандемія припала на той період, коли ви залучились до боргової практики?

В: Я думаю, що мій випадок скоріш дивний, але на мій борговий статус, скажімо так, пандемія вплинула скоріше позитивно. Тобто на початку десь я позбувся від всіх кредитних лімітів та боргів, а зараз вийшов на, заробив грошей і вийшов на позбуття від усього.

А: я можу сказати, що я брала кредит не в період пандемії, а щодо мого якомось фінансового статусу зараз пандемія скоріше ніяк не вплинула, тому що якраз із початком пандемії почався в мене якийсь кар'єрний зріст, тому що це перетнулось із закінченням університету, із потребою знайти нову роботу, і взагалі я не хочу казати за все своє покоління, але мені здається, що всі мої ровесники теж якомось ігнорували факт пандемії, тому що це був такий зтик, всі почали шукати роботу, не тому що пандемія і є потреба у грошах, а тому що прийшов час, коли треба вже знаходити роботу

М: Пандемія позитивно вплинула на те, скільки я заробляю, тому що через дистанційку я можу більше часу навчанню виділяти. На початку пандемії нас вигнали із гуртожитку, відповідно, я переселився ближче до роботи, можу дві години витратити чисто щоб працювати. Тому під час пандемії я так нормально піднявся. Типу якби ось ситуація із боргами. то все було б взагалі все нормально.

М: давайте пригадаємо, коли ви вперше в житті дізналися про боргові практики. Як це було? Хто вам надав таку інформацію? Це чийсь досвід? Чому той чи інший вид боргової практики здався для вас привабливим?

А: Я пам'ятаю мій випадок, коли я йшла купувати ноутбук, то я не знала, які бувають кредити, досі, якщо чесно, не дуже розумію це все. І я йшла і казала, так, мені потрібен ноутбук в кредит і вже потім коли мені почали все це оформлювати, то мені розказали, що бувають різні види, але я знаю, що є така проблема, що коли ти студент, взагалі, кожний раз, коли людині дають кредит, то треба якесь там підтвердження і розуміння для банку, що людина платоспроможна взагалі і в неї є якісь там надбання і так далі. І пам'ятаю, що коли робили запит до банків, які співпрацюють із магазином, у якому я брала ноутбук, то мені сказали, що скоріш за все є лише один банк, який дасть студентці кредит, тому що в тебе немає постійної зайнятості і я, власне, розуміла, що я на пташиних правах і я оберу ту систему, яку мені запропонують, тому що я студентка, в мене немає постійного заробітку. Тому мені сказали, що ось є така то система, ти платиш стільки то стільки то, розписали все і ось так все закінчилось

М: Ну мені порадили всі підряд організації, тому що багато не видають. І банки якось типу всім моїм друзям хотіли підвищувати кредитні ліміти, і до 10 тис і до 15 тис, і вони типу короче повинні ще вернути. Мені довелося звертатись до усіх підряд і в результаті віддавати усім одразу із зарплати. Там плюс, що перший місяць взагалі без відсотків типу давали. А по необхідності вони добре накручують. Я брав мікрокредит.

В: То взагалі достатньо цікава історія, взагалі відношення нашої сім'ї. Тобто, тому що позичати у мами, друзів, це типу не ок. У кожного мають бути свої гроші і їх має бути достатньо. Не варто допускати таких часів що доводиться позичати. Бабуся і дідусь довго вчили, що, тато вчив, бабуся та дідусь були великими фанатами кредитного ліміту і це було одним із вирішальних факторів, насправді, мені здається. Це зручно, але в результаті, вони застрягли в цьому на 50 тис кожний, сумарно бабуся і дідусь на 100 тис із чимось, у них було багато карток, це не один банк був вже, кілька банків, і вони були якимись важливими працівниками у мінфіні, якимось директорами, тому у них велика пенсія, тому великі кредитні ліміти. Але це тягнуло при київській комуналці і всьому іншому зростав загальний борг, брав вчив мене ніколи не грати на гроші, а мікрокредити у нашому соціумі він досить соціально табуований як фінансові піраміди, десь у такому ключі, ну це моїм особистим відчуттям. Тому я б мікрокредити, мені хочеться думати, що я б ніколи не брав.

М: Розкажіть, будь ласка, детальніше як ви вибирали джерело боргової практики? Яку інформацію збирали? Звідки? Чи відвідували ви сайти даних послуг? Що на них шукали? Чи зверталися ви до соціальних мережах? Яких саме? (Facebook, Instagram, і т.д.)

К: Їх, цей, є спеціальний сайт цих організацій. просто забув назву. Просто дивишся, які вони дають умови. Я не порівнював їх, тому що не було сенсу, тому що якщо

дадуть, то добре, бо гроші потрібні були терміново. Я заходив на їх сайти і дивився які є і просто по черзі дивився дадуть або ні. Манівео, аллскредіт, швидкігроші, зараз я просто може у мене у спамах зберіглось. А ось, клай, займмоментт, кредит7, гофін, турбокеш, авіракредит, кешбері, кредитплюс, елосар, кредит7інфо

В: Стосовно банків, коли я отримував банківську карт, здається у років 16 , коли я паспорт отримував, то тоді був типу, вважалось, що це нормальний банк, не думаю, що це грає принципове значення, тому я скажу, що це був Приватбанк, тому що це ітак світовий банк. Тому у мене вибору не було, але я не знаю, чому я вирішив собі зробити кредитну картку, не знаю, підліткові понти були чи щось таке. Я всяке таке, монобанки і всяке таке інше, почало з'являтися вже потім. Я прям би не сказав, що я мріяв про карту, але картка, взагалі типу кредитна картка, вона була елементом статусу у дорослих, можливо, мені так здається.

М: Якої інформації вам не вистачало під час вибору боргової практики

Н: ну я можу сказати, що зараз може це буде звучати безвідповідально, ніхто нікого не засуджує, мені байдуже було і не потрібна була ці інформація, тому що я була впевнена у банку, у магазині, у якому я брала, ну типу брала комп'ютер у кредит. Але те, що хотіла сказати, те що я чула розмову про Манівео, оті всі штуки, я подумала, що в мене є якась стигма у голові, що ось є типу звичайні банки, яким я довіряю і в мене взагалі немає питань, я знаю, що типу мої права будуть захищені і в мене є така типу стигматизація цих типу швидкогроші, манівео і так далі. У мене в голові чомусь відкладена така думка , це недовіра і я недовіряю цій штуці, це якесь кидання на гроші, і тому, напевно, якби я мала із цими якимось сервісами, то скоріш за все я б дуже багато гуглила і відповідально до цього поставилась би, от.

В: Ось, це те, що я казав, про табування, мені здається.

К: Все було просто.

М: Чи обговорювали ви з батьками ваш вибір? Чи давали вам поради? Що вони вам радили? До чиїх порад ви прислухалися найбільше?

К: мені друг, не друг, а родич просто сказав, що можна взяти займи, ну, кинув також список, там де можна взяти, а так вся інформація, яка мені потрібна була, я гуглив. Батьки про це не знають.

В: зараз, я думаю, на мою думку впливають соціальні мережі, ніж там друзі чи там родичі, насправді. Але тоді, я думаю, вплив родичів був значно більшим, тому що тоді все ж не так було розвинено, Інтернет, маркетинг якийсь, воно все якось починалось тільки. Тобто коли все почалось, у 2014 р на мене впливали родичі, тому що тоді не було такого виходу в Інтернет і до того ж така підліткова аудиторія, вона стала

аудиторією для банків лише після того, як я став власником картки. Вони потім історично почали випускати юніор картки.

Н: Якщо чесно, мені здається, у мене не було якихось агентів впливу. Не знаю, взагалі не скажу, що було якесь типу відчуття, блін, я не знаю як це сказати, але я ні с ким не радилась, у мене була потреба і все, а те, що я довіряла, ну якщо чесно я не дуже довіряла.. я пам'ятаю коли я закрила цей кредит, я замовила, там можна було цього не робити, але я замовила собі на пошту виписку, тоді ще почався ковід і не можливо там було взагалі якось с документами там якось щось робити, але я пам'ятаю, що я дзвонила навіть, спочатку замовила, потім дзвонила, сказала, що мені треба на пошту прислати довідку про те, що я закрила свій борг. Щоб в мене був цей папірець, бо мені буде так типу легше. Мені байдуже, що він є в мене типу на пошті, я хочу типу із мокрою печаттю це, тому типу мені здається, що також не було цієї довіри якоїсь такої, тому що в мене також з дитинства батьки казали типу, що бути в кредитах це погано, краще розраховувати на свої фінансові можливості, але все одно я бачила з дитинства також цей приклад того, що вони типу постійно були у кредитах, але це скоріш не тому що вони довіряли, що у них так само була потреба отримати десь терміново гроші, ось.

М: Прошу всіх учасників висловитись щодо тієї чи іншої боргової практики: усі плюси і мінуси, що сподобалось, що ні, пояснення своїх думок. Виставлення разом із респодентами ТОП боргових практик: мікрокредити, кредити, займи, ломбарди тощо

К: Так вийшло, що банки не видавали мені кредити , тому що вони якось не дуже довіряють людям, котрим 18 років і не знаю, типу не видають і все. Тому звертаєшся до мікрокредитних організацій. Там злегка здивуватись відсотакми для користування грошима і вони виїхали за рахунок того, що не потребують багато довідок там по доходам, якось даних, вони просто отримують твої особисті дані, просто вносять і там видають кредит. Там навіть можна при бажанні їх, ну, не давати кредити, щось придумати, якось із уловками, законно щось намотити і в результаті знаю людей, які так і робили. Коли особо вихода не залишається, якщо немає і у родичів, якщо банки не видають, то єдиний вихід це мікрокредитна організація. Але знову ж таки, потрібно бути обережним, у мене були знайомі, які ще серйозніші проблеми залізли і долгів було на 150 тис. Краще звертатись до банків, за ломбарди я не знаю, я не мав із ними справа, але також мої знайомі, які також вклали туди щось, то це неприємний досвід, не сама приємна практика. На першому місці мають бути банки, потім МФО . Спочатку кредити, мікрокредити, займи я б сказав, що це на рівні із банком, бо на те вони друзі і знайомі, щоб звернутись за допомогою. Краще не звертатись до ломбардів та мікрокредитів, бажано не допускати таких ситуацій.

В: Я думаю, що із трьох наших видів боргових практик, для мене мій кейс для мене ближчий, я до нього все ще схильний. На першому місці тобто до чого я найбільше схильюсь позичати у друзів, кращу у родичів, друге це кредитний ліміт, третє це розрочка кредиту, і четверте це мікрокредити. Мені здається, що між кредитом, є

кредит на машину, на квартиру. В мене ще є така річ, що я не знаю чи віддам я потім друзям, можна якось там перезайняти там, щось ще. А якщо тобі треба виплачувати банку 1000 грн кожен місяць, а у тебе немає роботи, бо ти студент чи ще щось, то у мене тільки до 4-го курсу почалась така робота з якою я типу вільно міг би купити ноутбук, так щоб це стало перешкодою. Краще у друзів, ніж у родичів.

Н: Напевно, на першому місці... ну я не знаю, якщо так дивитись на мою практику, то мені от зараз якщо зробити уявний кейс, мені терміново потрібні гроші, навряд чи я пійду до банку, але на щастя, у таких випадках, у мене не було, що ось терміново потрібні гроші. Нв першому місці кредит у банку, якому у довіряю, тому що хочу псувати міжособистісні відносини із близькими мені людьми і розуміти, що хтось щось комусь повинен, щоб це не впливало на наші стосунки. Плюс, те що Вова казав, якщо я правильно зрозуміла, то я буду відчувати більшу відповідальність в плані того, що є якийсь дедлайн коли мені треба здати гроші, а не так типу, не зрозуміло що. Потім на другому місці для мене були б, напевно, родичі друзі, хоча ні, знаєте, я ніколи не користувалась ломбардами, але мені здається, що це типу прикольно, бо ти взагалі нічого не втрачаєш, там ж це безвідсоткова штука?

К: із відсотками

В: ти здаєш за 300, викупаєш за 450, це нормальні швидкі гроші. До речі дедлайн для мене це недолік, бо це відповідальність. Це недолік, а не мотивація.

Н: Треба порівняти відсотки. Якщо у ломбарді він буде нижчий, ніж у банку, то напевно, для себе я оберу ломбард.

В: у ломбард можна віддати щось непотрібне

Н: На останньому місці для мене буду манівео і так далі.

М: Реклама яких мікрокредитів Вам спадає перша на думку? *триває їх обговорення: перше враження, асоціації*

Н: Манівео

К: Манівео, алікредіт або швидкогроші ті ж

Н: я просто згадала, що манівео, це оці єноти з об'єктивацією жінок. Ще згадала кредитмаркет

В: Для мене Манівео, і Дене надо игра в авадо

Н: да!!!да!!

М: це гемблінг?

В: думаю, що це гемблінг. Азартні гроші також відносяться до боргових практик, як на мене

М: У соц мережах таких як інстаграм, тик ток чи фейсбук – чи бачили Ви рекламу мікрокредитів? Чи зачипляло Вашу увагу? Чи переходили Ви по лінку, озайомлювались із умовами?

Н : я хотіла сказати із приводу Тік-Току, взагалі із приводу реклами, що рахунок певних алгоритмів мені взагалі не показують таку рекламу, типа самі соц мережі, вони працюють на алгоритмах твоїх пошукових запитів. Так як це відсутнє у моїх запитах, то в мене і інша реклама потрапляє. У Соціальних мережах в мене такого немає, тому не можу сказати.

К: я, якщо чесно, то мабуть ні. Я сиджу тільки у інстаграмі, то там зазвичай ні. Мікрокредити тільки коли у гугл заходжу.

В: Тільки Манівео у Ютубі, напевно.

М: Давайте сформуємо ідеальну для вас рекламу із кредитів : що там повинно бути вказано, який стиль, де реклама повинна розміщатись, можливо кольори важливі для когось?

К: мені здається, що гарна реклама має бути із блокджеками і шлюхами. Насправді, вона корисна, коли вона... коли дуже добре робити рекламу, то якісно, то навіщо мені біжати брати мікрокредит. якщо він мені не потрібен. Це залежить від необхідності. Якщо знадобляться гроші, то я поведусь на будь-яку рекламу. Я не хотів би бачити рекламу... Можливо в інсті та ... (завис)

В: Я згоден частково із Колью, що насправді реклама мікрокредитів чи чогось іншого, вона грає на впізнаваність брендів. Типу наскільки часто ти її чув. Манівео просто задовбало всіх. Типу є такі реклами, яких багато, їх всі знають і все інше. Я, якби типу, я був пов'язаний із цим, то я заборонив все це, від мікрокредитів до банків, я вважаю, що людство має перестати жити у борг. У моєму ідеальному світі такої реклами взагалі типу не було б. Але якби я робив би таку рекламу, то робив так, аби вона максимально у голову в'їдалась, аби вона частіше повторялась, щоб її всі ненавиділи.

Н: я так подумала, по перше, я відштовхувалась від того, я зробила умовну ситуацію, я хочу кредит, у мене є пошукові запити, алгоритм якось вибудовується, я більше користуюсь інстаграмом, тому мені здається було б влучно підключити якийсь таргет, який буде орієнтуватись на вікову аудиторію, я в неї потрапляю, знаєте коли там в історіях з'являється реклама, і я б хотіла для своєї вікової категорії побачити, не знаю, чи буде це поширюватись на чоловіків, але це точно не буде слат шеймінг, сто

відсотково. Я не розумію, чому кредити рекламують зі сторони успіху, це не сейфті. Не розумію, чого його рекламують з точки зору американської мрії. Безпека в основі. Тому я б хотіла побачити молодь, вони довіряють їм, це нормально. Хотіла б побачити ідею, що ось ти студентка, ми довіряємо молоді, в тебе ростуть потреби, у нас є безпечний сервіс для молоді і надаю гарантії. Реклама має бути клієнтоорієнтована.. Краще рекламувати не гроші, а молодь та її потреби, “ я хочу поїхати на море, ми там брали кредит, бери і ти”

В: я думаю у нас є відчай бідності. Діти велика цінність, батьків може гризти совість, що чогось не даю дитині. Хтось помер, похорони.. Це розповсюджена практика. Смерть і всі ці витрати, це тис 40, навіть для найбільшніх сімей. Думка Насті дуже гарна, це як стартап для українських мікрокредитів.

К: Щодо прикладу Насті, мені здається, що реклама має бути максимально тупою і відповідно її такою і створюють. Цей метод типу пояснювати все як дітям.

М: Ви вже деякий час залучені до тієї чи іншої боргової практики. Що скажете про цей досвід, яке враження: І з якими труднощами ви зіткнулись і як ви їх долали / долаєте? Чи не шкодуєте, що залучились до такої практики? Чи порекомендували ви б комусь таке?

К: я б не хотів долучитись до такої теми, я б обрав щось інше, але це залежить від можливостей. Я б звертався до банків, але так шкодую, що довелося залізти у це. То таке

В: Я сподіваюсь, що мені більше не знадобиться зіштовхуватись із цим, ну типу в мене все ще залишились умова два типу борги, але сподіваюсь, що після цього на все життя все. При цьому я можу сказати, що я не буду від цього відмовлятись. Це вибір. Це вибір моїх батьків, я буду навчати їх фінансовій грамотності, але я не буду якось прям тиснути, це їх особисте. Це погано. В нашій свідомості, це як наркотики, у більшості це щось погане. Гемблінг сюди ж.

М: пострадянський простір і стигма.

Н: я не бачу нічого погано у кредитах, мені здається, що так, це трохи стигма, так постсовок. Так це залежить від економік. у нас багато років була планова економіка, в той час коли будемо порівнювати зі штатами, це була ринкова економіка. Там досі живуть у кредитах і це нормально, це нормальна практика, це скоріше дивно, якщо ти не маєш кредиту, оо з тобою щось не так, тому що ну там ти можеш купити нерухомість, пійти навчатись в університет, звичайно, все це залежить від умов кредитування та від, знову ж таки, почуття безпеки. Це нормально, особливо, якщо ти намагаєшся собі створити якийсь бізнес або, елементарно, якщо казати про наші потреби, нам треба десь отримати житло. Звичайно зараз всі люди беруть житло у кредит, тому що у нас кончені ціни на це все, вони не розмірні із нашими доходами,

тому я думаю, що кредит це нормально, нічого в цьому такого нема такого страшного. Типу це у нас стигма та лякалка якась. Я б ще долучалась.

М: дякую усім!

Додаток Г.

Транскрипт ОФГ із учасниками, які не мали досвід боргових відносин

Вступне слово модератора:

1. Добрий день! Пару організаційних слів від мене і будемо розпочинати. Мене звати Олена Орлова
2. Я студентка 4-го курсу факультету соціології, КНУ ім Т.Г. Шевченка. Коротко про дипломну роботу: тему, фокус.
3. Попрошу вас відповідати так, як ви справді думаєте, оскільки на питання, які ми будемо обговорювати, немає правильних чи неправильних відповідей. Я гарантую вам конфіденційність: ніщо зі сказаного вами не буде нікому передане, оскільки результати дослідження будуть представлені лише у вигляді узагальненого звіту. Все аналізувати буду тільки я.
4. Під час фокус-групи відбуватиметься запис нашої зустрічі, щоб я, могла написати стінограму.
5. Оскільки ми зустрічаємося в онлайн-форматі, то також я попрошу вас залишати камери увімкненими, але вимикати мікрофони, коли ви не говорите

Давайте тепер перейдемо до знайомства. Розкажіть коротко про себе: як вас звати, звідки ви, скільки років, чим цікавитеся і займаєтеся? Хто хоче бути першим?

С.: Мене звати Стас, мені 19 років, я навчаюсь на економіста, економіста підприємця. Не мав досвід із кредитами. Окрім навчання займаюсь практично нічим. Із кредитами досвіду не мав, але ставлюсь до них відносно позитивно.

Ал.: Мене звати Аліна, мені 21 рік, в мене мільярд різних хобі, але не сказати, що постійно чимось займалась, чимось конкретним. Я досить творча особистість, все таке. Кредитів в мене ніколи не було, тому думаю мене правильно підібрали під цю фокус групу

О.: Мене звати Олександра, навчаюсь на факультеті соціології. Окрім навчання я займаюсь японською стабільно. Всяке буває. Кредитів не брала, бо я слухняна дитина.

Ан.: Мене звати Антон, навчаюсь на геолога. Подобається, дисципліну обираю свідомо. Із хобі, якісь загальні речі, художня література, спорт, ну щось таке. До кредитів ставлення нормальне. Є певна недовіра до кредиторів. Але потреби їх брати в мене поки що не було.

М: Ситуація у світі, у нашій країні не стабільна, через багато причин, особливо ситуація загострилась через пандемію. Давайте пригадаємо той період коли почався карантин, пройшов деякий час. Деякі люди зіштовхнулись із фінансовими труднощами. Що Ви думаєте про людей, які мали досвід боргових

практик? Чи вплинувало це на ваш / вашої сім'ї економічний стан? Чи вплинуло задумувались Ви про те, через пандемію залучитись до боргової практики?

О: на мене економічно не вплинуло, так як моя бабуся зайнята у сфері медицини, то вона мене і спонсорує. Ніяк не вплинуло.

М. а було таке , що все таки щось в період пандемії та задумувалась про якусь боргову практику?

О.: Ні, в мене немає такої причини.

Ан: Почалась пандемія підходив момент, що треба йти працювати. Якось амортизувати затрати батьків, таке інше, взагалі роботою я почав займатись до карантину, однак вона ніяк не пов'язана із тими обмеженнями, які каратин спричинив. Тому стосовно забезпечення економічної ситуації, то там стипендія і невеличка заробітня плата, майже суттєво нічого не змінилось.

С: в мене нічого не змінилось. Проїзд подоржчав, але і їздити не потрібно нікуди, тому що навчання віддалено. Тому я думаю, що пандемія вплинула в тому плані, що стало дешевше жити, я живу дома, не гуляю, ні де ні що не витрачаю. Мені здається навіть краще не мене вплинуло це в економічному плані.

Ал: В мене також все досить стабільно, в мене мама працює у державній установі, тато підприємець, але ні на кого це не вплинуло. От, єдине таке, що я як і Ан збиралася шукати якусь роботу, більш менш постійну. Мені довелося працювати трошки дистанційно, це все, що я могла собі дозволити. Виходу не було особо.

М.: є кредити, мікрокредити, займи, ломбарди. Це для Вас щось погане чи хороше? як ви вважаєте, у суспільстві є якісь стереотипи, стигма щодо них?

С: В соціальному плані на кредити у нас дуже погано реагують. Оскільки у 90-тих чи нульових люди понабирались кредитів, нічим було їх виплачувати, як ніяк криза була, все таке. Зараз у трохи інша економічна ситуація і я вважаю, що не важливо який вид кредита, але його вплив залежить тільки від людини, яка цей кредит бере. Тобто якщо якась людина не сильно віддалена розумом бере мікрокредит, то скоріш за все він його не виплатить, для нього це буде дуже поганий випадок. Як ось людина, свідомо людина потрапили у непередбачувану ситуацію, наприклад травма серйозна, йому терміново потрібні гроші на медичного забезпечення, тобто він може взяти кредит, мікрокредит, займ чи піти у ломбард щось здати, то для нього це буде позитивний досвід, тому що в даний момент йому потрібно терміново гроші. Ну ось, це більше залежить від людини, яка бере кредит, а не від вида кредита, форми кредита, відсотка кредита чи чогось іншого.

М: С. взагалі для тебе, особисто для тебе?

С. : я вважаю систему кредитів дуже хорошою. Наприклад, я програміст, я розумію, що потрібен новий ПК, аби заробляти більше грошей. Я можу звісно працювати на старому ПК, від знизиться мій КВД, зменшиться ЗП, від цього я буду більше працювати, більше заробляти на ПК, ну короче, кредити, іпотеки, це хороший досвід. Де мені жити поки нема ,нууу, таке питання . Ломбарди також, якщо в мене є якісь речі, які можу швидко обміняти на грошові засоби, то чому ні?

Са: Я скажу, що для мене найбільш позитивний якісь відтінок - це займи, чомусь, потім ідуть мікрокредити, потім кредити, а ломбарди в мене асоціюються взагалі із безнадьогой безнадьогой. Хоча насправді, я ось пригадала, в цьому році моя сім'я мала досвід із ломбардами, але це не через скруту, а через те, що у нас забагато електронної техніки, якою ніхто не хоче продавати. Найлегше її принести у ломбард. Тобто, це не стереотип. У мене в голові це асоціюється із дуже поганими речами, окрім займу та мікрокредитом. Це речі в мене нейтральні. Займи навіть позитивно, особливо якщо вони не юридичні, не від якоїсь фірми, а так сказати неформальні. У подружки зайняли, такого плану займ. Тобіш які побудовані на соціальній комунікації та довірі.

Ал.: в мене взагалі такі трошки тривожні емоції виникають , коли я думаю про кредити і все таке інше, хоча в мене немає такого досвіду. Мені здається мікрокредити та кредити і ставлення суспільства до них вже досить нейтральне адже якщо у 90-ті та 2000-ні були тривожні тенденції, що люди брали кредити, але не могли їх виплатити, але зараз, мені здається, незважаючи на кризу, ситуація стає більш стабільною і ставала останні 10 років чи 5. Тому мені здається, що ставлення до кредитів стало кращим. А щодо ломбардів, в мене і у Са. з такою безнадьогою асоціюється, я власне мала досвід, не я, а моя сім'я мала досвід. Він досить дивний, трохи сензитивна тема, але я розкажу, загалом мою сім'ю пограбували і здали ці речі у ломбард, тому я дещо ставлюсь до ломбардів із відразою .

М. : Ал і С згадали 90-ті та 2000-ні , тобто коли мова йде про кредити та мікрокредити, то у вас перед очима українське суспільство, пострадянські країни, то щодо них є стигма?

С. : я згадав 90-ті та нульові, в контексті того, що раніше люди розглядали кредити як щось негативне, а зараз вони згадують це як щось нейтральне. Коли згадую кредит, я згадую це як щось негативне, я не згадую щось погане, я згадую квартиру, яка взята в іпотеку і в мене нейтральне відношення.

Ан: Ну як, довіра будується якщо є якісь гарантії, все прозоро і так далі. Якщо щось не прозоро, то звідти вже закрадується якісь відхилення. Я це до чого, наприклад, ломбарди. Нещодавно я ось влітку, так склалось у мене особисто вкрали річ, ми не знайшли, але знайшли куди віднесли. Це установа ломбард. Там здається, коли річ здаєш офіційно має видаватися там якась.. документик, якийсь власне завірення, да?.

Цього не було. Людині, яка представляє ломбард, на руки їй дали предмет, між ними пройшла така дія і повернути річ, яка належить мені, яка була вкрадена, вже буде складніше, бо тепер запускається зворотній механізм. Чи хоче людина, яка в ломбарді, щось купити / купила, чи хоче вона це повертати навіть за гроші. Тому ця непрозорість, вона будує недовіру. Це перше. Друге, стосовно мікрокредитів. Я не знаю чому, але із самого дитинства, коли я проводив час із бабусею, ми передивлялись ось ці передачі сімейні трагедії, я не пам'ятаю як там, і там частенько, сімейні трагедії були пов'язані із майном, грошима, із усім іншим. І чомусь із самого дитинства у голову запала думка, проте, що більшість мікрокредиторів - це люди, які здійснюють свою діяльність непрозоро. І можуть у контракті там відсоток кабально підняти і людина яка оформлює мікрокредит, вона може не звернути увагу на це, звичайно є її вина, але тим не менш, мікрокредитори, я з дитинства вважав, що це ті хто намагається ефективніше для себе обдурити людей. Стосовно кредитів, все прозоро, ніяких взагалі претензій немає. Як казав С, переформулюючи те, що він казав. що вони здатні стимулювати ріст економіки, то чому б ними не користуватись, але знову ж таки, за умови, що все прозоро.

М. Давайте з Вами порефлексуємо щодо ось цієї точки входу до боргових практик. Наскільки важкою повинна бути ситуація, аби людина вирішила долучитись до них? Що нею керує?

С: я б сказав, що це спільна ситуація у всіх. Ступінь накалу у кожного буде різна. Тому що людина психічно невірноважена, вона може побачити, що у нього у гаманці там залишилось 50 грн, йому ще тиждень треба прожити, він може розчуваруватись, злякатись і пійти взяти мікрокредит. А є інша людина, вона більш стійка, у мене є дома гречка, умовно, проживу тиждень. Мені здається, ступінь входу залежить від психології людини, а не від ситуації, яка з нею відбувалась, бо ми всі рано чи пізно опиняємось у схожих ситуаціях, я але виходим із них різними способами.

Са: дивлячись, що ми кажемо, займ, якщо це взагалі неофіційний займ, то для може і не бути якоїсь причини. Це може бути там придбання пальто чогось такого, бо в мене така асоціація. Якщо це мікрокредит, то це якісь побутові речі, без яких ніяк не можна обійтись. Наприклад, ви робите ремонт, вам кухню треба відремонтувати в такому випадку. Якщо ми кажемо про пандемію, то треба брати мікрокредити щодо здоров'я. Ну коронавірус, це дуже дорога хвороба по постфектам і тому, наприклад, на лікування, так, цілком я вважаю це прийнятно, це нормально взяти мікрокредит, тому буде тільки рости ціна із кожним днем, поки ти будеш затягувати. Ломбард, ну я не знаю, здавати у крайньому випадку. Я згадала, що буквально моя бабуся здала всі мої телефони у ломбард нещодавно, тому, і це була кризова ситуація. Це тому що нам не потрібно стільки телефонів. Тому тут від випадку, якщо є щось лишнє, чого його б не здати у ломбард?

Ал: Ну у мене кредити взагалі більше асоціюються із ситуаціями, коли потрібно купити якусь нерухомість, коштовну техніку, щось в такому роді. Мікрокредити - це

щось таке на побутовому рівні. Наприклад, мені знадобився якийсь гаджет, на який в мене немає зараз грошей і при цьому не така пряма необхідна покупка, але якось це так, захотіла взяти гроші, купила і потім віддала. Займи ще більш на побутовому рівні я не знаю, це таке, що відбувається кожного дня у людей. Я, наприклад, займи дуже рідко беру. Я не знаю чому, цьому немає якихось об'єктивних причин, але у мене так виходить. А ломбарди, знову ж таки, це ситуація такої безнадії, безвиході, реально, вже зовсім немає грошей. Просто намагаєшся знайти хоч щось, щоб отримати їх або дійсно здати непотрібні предмети.

Ан: Ну не знаю, таке питання, будь-яка людина любить там стабільність якусь таку, на щось розраховує, на місяць на два вперед, да? якщо відбувається щось таке, що відхиляє цю стабільність, рівновагу, то відповідно, що людина переходить до того, що треба брати кредит, мікрокредит будь-що. В залежності від тих умов, які їй комфортні в даній ситуації. Можна, не знаю, якусь стратифікацію придумати, типу потребу у грошах: великі гроші - якийсь кредит і так далі. Що може бути причиною цього відхилення? Знову ж таки, хвороба, прийшла зима, нема чогось, не знаю, надіти, взути. Просто непередбачувано, скажемо так.

М: У вашому випадку хто чи що був би вирішальним фактором впливу на те, аби Ви залучились би до боргової практики ? (рекомендації ваших близьких (друзів, батьків, родичів, знайомих і т.д.а також про інформацію з Інтернету (сайтів та соціальних мереж) – які з даних джерел більше б вплинули на вас? Яким ви більше б довіряли?

С: Скоріш ситуація. Батьки мені скажуть, сталася ситуація, мені потрібен кредит. В мене вже сформувався ставлення до боргових відносин. Прийняття рішення буде тільки від ситуації. Тобто якщо я розумію, що мені буде вигідно взяти кредит, то я його візьму. Це не буде рішення зі сторони. Це буде моє внутрішнє сприйняття. Радитись не буду.

Са: Я буду відштовхуватись від батьків, тому що.. У моєї бабусі є така привичка як робити заначки, тому можливо я не буду брати кредит. Скоріш за все, якщо я їй скажу, що мені потрібно 10 тис грн прямо зараз, то скоріше у неї вони десь заховані. У багатьох пострадянських людей є звичка десь ховати. Скоріше за все, ми вдамося до займів неформальних, займів у родичів і все таке. Тобто, скоріш за все, я спочатку пораджусь із батьками, ну, саме із бабусею, а потім із батьками і буде вже відштовхуватись від цього, тому що є якісь заначки скоріш за все, тому почну з цього.

Ал: Ну я напевно точно поговорила б із батьками щодо цього, адже у них більше досвіду щодо цих боргових штук, ніж у мене. У мене взагалі його немає, тому я б пошукала інформацію в Інтернеті. Можливо, якщо вирішила брати формальний кредит, то я б пішла до свого банку, порадила б із людьми, які дійсно знають як це відбувається, можуть порадити як це краще зробити. Але в першу чергу із батьками порадила б.

Ан: Сформулюємо умов задачі: мені потрібні гроші, що мені робити? Все залежить для чого мені потрібні гроші звичайно. Але в цілому, якщо колись прийду до того, що мені потрібно брати мікрокредит, кредит чи щось подібне, я вважаю за потрібне обговорювати це з тими, на кого це може вплинути. Наприклад, якщо за батьків кажемо, да? Мене здається, це було б не віжливо, треба сказати, що буде так і так, я вважаю за потрібним зробити це, взяти якийсь кредит, да? У разі чого, наприклад, мені може буде потрібна ваша допомога. Аби люди зазделегідь розумвли, що щось може бути не так. щоб це не було як гром серед ясного життя, щоб їх до цього підготувати або якщо із кимось живеш, або із сім'єю і маєш певні майнові відносини, да? То ти чим чи іншим способ ці майнові відносини вони можуть відображатись у кредитах. Те що ти береш кредит, це може вплинути на твій майновий стан і людей поруч. Треба їх попереджати про це і радитись, бо не тільки ти можеш від цього постраждати.

М: Тепер давайте поговоримо про Ваше ставлення до людей, які залучені до боргових практик. Можливо Ви можете навести приклади ситуацій, за котрих Ви б поставились упереджено до тих, хто залучений до боргових практик?

Ал: Мені здається щодо кредитів, ні щодо займів, наприклад, людина довго не повертає гроші, зрозуміло, що бувають різні ситуації, вона пояснює, що а говорить про це, вона говорить я не забула, у мене є певні обставини, я їх поверну, то окей. Якщо ти сам не шикуюєш, але позичив гроші своєму другу, а він зовсім про це забув і він купив собі там, не знаю, щось, то це не дуже ок. І ще у мене упереджене ставлення до ломбарду, тому що мене пограбували, то у мене упереджене ставлення не до всіх людей, але я говорю дійсно про цю непрозорість ломбардів і туди несуть речі від куди завгодно і ніяких можливо документів от і потім це неможливо повернути. Щодо кредитів, я не знаю, навряд чи у мене могла статись упереджене ставлення, оскільки це дійсно не торкнулося мене особисто, не знаю як це може ме торкнутись, не можу придумати такої ситуації.

Са: Ну я скажу. що якщо я дізнаюсь, що якась людина на постійній основі бере кредити, то я точно буду вважати, що у неї вітер в голові гуляє, тому що вона не може ніяк планувати свій бюджет відповідно до свого заробітку. Наприклад, в мене мати дуже любила брати кредити і розплачуємось, звичайно, ми всією сім'єю. Щодо кредитів і всякого такого, то у мене є досить таке упереджене ставлення, скажемо так, можна робити все що завгодно поки це не залишиться офіційно на якихось даних. Типу якщо людина бере неформальні займи, я ніяк не буду до цього ставитись, але якщо

людина робить щось, за що потім буде якийсь документ, то я буду до цього ставитись якось менш лояльно, так як я буду думати, що вона не думає наперед. От. Якщо це обставини, які ми проговорювали раніше, що це було обгрунтовано, це була як разова акція або раз на 5 років, а це не постійна система, то я буду ставитись ок. Навіть якщо це приятельські відносини, то я б збільшила дистанцію. У мене були люди, які залучені до цієї практики і хоч ця практика, один індивід її бере, вона залучає все його оточення. Я не хочу мати із цим справу на постійній основі.

С: Я повністю погоджуюсь із Са, що якщо людина на постійній основі бере кредити для якихось безглузвих цілей, то до цього я буду ставитись негативно. Людина не дивиться у завтрашній день так би мовити. Якщо я знаю, що у людини були причини взяти цей кредит і він досить вагомий і я можу виправдати це для себе, то я не буду ставитись негативно.

Ан: ну тут обережність в чому? Тому людині потрібні гроші? ну це таке, така справа, якщо у людини немає у кого зайняти і вона бере мікрокредит, ну, знову ж таки, мені навіть шкода таку людину певним чином, да? А от упередженого ставлення, якщо я буду знати мету у цих грошах, якщо людина не може вийти із запою, при всій моєю любові до людей, мені здається, це не об'єктивна причина брати мікрокредити, залишати щось у залог і так далі. Упереджене ставлення буде до практики, а у причині потреби залучитись до практики

М: Чи погоджуєтесь Ви що у пострадянських країнах боргові практики , щось все таки більш негативне , у розвинутих країнах у навчальних класах вже є дисципліни? Все у культурі?

С: Так, погоджуюсь, якби були уроки по фінансовій грамотності, ми ставились до кредиту як явищу, а не як до того, що загубило моїх родичів, які не змогли виплатити і до них приїжджали колектори, тобто не по історіям, а по фактам будемо судити, тоді так. У розвинутих країнах, якщо я не помиляюсь в Америці у них домінують кредитні карти, а не дебітові, як у нас. Так, я вважаю, що до кредита ми відносимся через 90-ті та нульові. Коли людей повально заохочували у кредитну котовасію, потім приходили колектори, били. Жахливі випадки були, Якби у нас були уроки фінансової грамотності, то ми б відносились до кредитів, як до явища, а не як до чогось поганого.

Са: Я б сказала так, фінансова грамотність впливає. Ми б ставились по іншому. Але на мій погляд, тут ще дуже сильно грає той факт, що у нас не стабільна фінансова система, принаймні по почуттям, і не має почуття, що ось я зараз візьму кредит на 15 років, і через 15 років у мене таки буде робота, яка буде мати ту зарплатню, щоб я могла його виплатити. І тому це, ну якби, наполовину цей страх зв'язаний із фінансовою грамотністю, а наполовину із реаліями, які були до і з тим, що нам ніхто не може обіцяти завтра, як в Америці і розвинених країнах

Ан: Спочатку ми ділимо пострадянський світ і умовно кажучи інший. Елементарно ,це щось типа планова перехідна економіка, да? Ринкова економіка. Звичайно, що кредити, взагаліось ця вся система - це атрибут, фундамент ринкової економіки, будь-якої. Ми відповідно із тим як у нас економіка ще перехідна, але можливо колись чи зараз, не знаю, я не економіст, коли вона стане ринковою, будуть інститути спрацьовані дуже налагоджено і в наших школах буде фінансова грамотність і все таке інше, то відповідно і ставлення буде належне, там позитивне. Зараз те що ви кажете стосовно пострадянських країн, можливо люди цього трохи бояться - так це правда! Це точно правда. А стосовно того, що коли ринкова економіка розвивається, то з часом здається ставлення буде покращуватись.

Ал: Мене теж взагалі здається, що тут є причинно-наслідковий зв'язок. В плані, якщо людина фінансово неграмотна, то вона власне очікувано буде мати якісь проблеми із кредитами. і очікувано буду стереотипне ставлення до таких людей у суспільстві. Але дійсно, є проблема економічна у нашій країні. Поки щось не зміниться на фундаментальному рівні, доти і не буде ніяких позитивних зрушень в плані ставлення до людей із кредитами, в плані, взагалі, кількості кредитів, які беруться кожного дня, бо мені здається, зараз це дуже поширене.

М: Прошу всіх учасників висловитись щодо тієї чи іншої боргової практики: усі плюси і мінуси, ви б особисто долучились (чому так, ні), пояснення своїх думок. По черзі обговорюємо види. Виставлення разом із респондентами ТОП боргових практик

Са: У культурі моєї сім'ї займи цінуються, вони доводять свою репутацію. Ти займаєш і повертаєш вчасно, ви так вибудовуєте довіру. Я згадаю, що коли ми купляли квартиру, то неформальних займів у нас було десь 6 тис доларів, можливо, більше, але

саме неформальних, тому що потім, це була ціла процедура, щоб повернути це красиво, ось дякую, що ти мені так довіряєш, бачиш, я все повернула, все зробила вчасно, це ціла процедура конекту. Тому в моєму розумінні, займи куди краще. Потім кредити, ломбарди і мікрокредити.

С: По рівню довіри: ломбард, займи, кредит, мікрокредит.

Ал: Напевно, для мене, я б взяла мікрокредит, займ, кредит і потім пішла б до ломбарду. Саме чому мікрокредит для краще, ніж займ. Я не знаю, для мене це було б спокійніше, якби я мала якийсь термін, чітко визначений, за який я маю повернути ці гроші і не казати постійно людині я тобі поверну, я тобі поверну через тиждень і таке інше. Мені особисто так було б спокійніше.

Ан: Я із Са погоджуюсь повністю. Якщо ми говоримо про довіру, спочатку займи, але це займи між знайомими людьми, які довіряють одне одному. І взагалі ось ця культура сказати одне, а зробити інше це дитячий садок чи хто це? Якщо ти сказав, що повернеш тоді, то поверни тоді. Я вважаю, що це принципова позиція кожного. Це по-перше. А по-друге, мікрокредити та кредити за рахунок прозорості, більше довіра до кредитів, а ломбарди на останньому місці.

**М: Пригадування: Реклама яких мікрокредитів Вам спадає перша на думку?
*триває їх обговорення: перше враження, асоціації***

Са: Я так думаю, що Манівео, але вони викликають у мене дуже сильну антипатію через цю пісню, через цю сексистську рекламу. Що ще, є якісь реклами, але зараз я подумаю...

С: Ну ось сказали щодо Манівео. Я просто останнім часом із рекламою рідко зустрічаюсь, в принципі. На ютубі не бачу реклами, і в Інтернеті рідко її бачу. Я собі обрав щоб не висвічувались реклами щодо кредитів, бізнеси, ось ця вся маячня. І тому коли сказали про Манівео, а так, це останнє, що я пам'ятаю. Ось і все.

Са: я бачу часто, але через те, що вона мені не подобається, тому вона не запам'ятовується. Тому я не можу згадати.

Ал: Мені було складно згадати, але на ум ось прийшла Готівочка. Я не пам'ятаю точно, але мені звідти телефонували декілька разів, запитували чи не хочу я взяти мікрокредит.

Ан: Не знаю, в Інтернеті я дуже не люблю рекламу. Різні AdBlock, щозавгодно там, я це застосовую, ось. А стосовно коли я у місті, по Києву я бачу ось ці офіси, приміщення цих мікрокредиторів, мені здається, що це якісь бариги, тому я принципово відхиляюсь від того і не дуже звертаю на це увагу.

М: У соц мережах таких як інстаграм, тік ток чи фейсбук – чи бачили Ви рекламу мікрокредитів? Чи зачипляло Вашу увагу? Чи переходили Ви по лінку, озаймлювались із умовами?

С: Я не сиджу у фейсбуці, інсті, тік тоці, а на ютубе у мене преміум, тому мені важко відповісти на це питання. Але якщо взяти період раніше, так, я зустрічав рекламу на ютубі, але вона мені не подобалась, вона була приправленою такими типу акціями “спробуй”, вона мені не подобалась і була для мене не привабливою.

Са: Я хотіла сказати, що про рекламу Манівео я розмовляла на кожному семінарі Соціології реклами, настільки я її не люблю. Я б сказала, не знаю, я бачу у ютубі цю рекламу, щось такого плану. Але більше всього у ютубі. В інстаграмі ось останнім часом з'явилась трошки, але я не впевнена, що це реклама саме займів, чи це реклами кредиторів. Я, якщо чесно, вони у мене в голові злипаються. Тому коли ви запитали про мікрокредити та займи, у мене в голові джойказіно з'явилося. Для мене це також боргова практика. Загалом ютуб і якісь сумнівні сайти. Вона часто на сайтах. У фейсбуці ні, вони нещодавно в інсті з'явилися. У рекламі вони перебільшують легкість повернень.

Ал: Ну я на ютубі однозначно бачила, а ще на сайтах, коли готуюсь до семінарів і інколи там збоку є рядок із такою рекламою подібною.

Ан: Що сказати, інколи буває таке, що щось завантажуєш, шукаєш щось, книжку чи ще щось чи таке рідкісне, можливість щось завантажити, тебе вибиває на якісь сто сайтів, через те, що там все дуже важко. І тебе власне і вибиває на ось ці кредитування, ось цю рекламу, так? Такий шлях інколи зустрічається. Стосовно там Інтернету на сайтах, то едблок успішно блокує, ютубпреміум блокує. Тобто, в цілому, мені рідко це

зустрічається у мережі. Реклами, якісь зараз, сексистські і таке інше, їх не приємно дивитись.

М: Давайте сформуємо ідеальну для вас рекламу із кредитів : що там повинно бути вказано, який стиль, де реклама повинна розміщатись, можливо кольори важливі для когось?

С: для кредитування, для мене ідеально, якби вона була тільки в банках, банківських установах, у терміналах або ж у додатках банків. Тобто там, де я зайшов цілеспрямовано за грошовими засобами або якимось взаємодіяти із цим. Кольори взагалі все одно які, насправді. Було б чудово, якби вони писали відсоток нормальним шрифтом, великі цифрами, а не от там маленькими циферками, термін маленьким шрифтом, а гроші великими. Відсоток, сума і термін і щоб це було у середовищі банківському. Щоб я не заходив у ютуб та бачив ліву рекламу, тільки у додатках, терміналах і банківських установах.

Са: Я погоджуюсь зі Стасом, що справді повинно було б спрацювати більше, якби це було у банках або в якихось місцях де, цільова аудиторія туди часто ходить. Я б сказала, що мені здається, що найкраще, якщо не такий варіант, то варіант якби це показувалось, ось людина взяла кредит, з нею нічого не сталось, наголошувалось на її фінансовій грамотності. Що не по щасливому випадку з нею нічого не трапилось, а що вона цілеспрямовано йшла брати кредит і все з нею гарно, от.

Ал: Я не буду говорити щодо таких аспектів як вигляду і такого іншого. Звичайно, що вона не повинна бути якоюсь образливою для людей, от, але, як реклама, вона повинна бути, перш за все, інформативною, мені здається, вона має містити всю необхідну користувачеві інформацію, от. І крім того, вона має бути розміщеною там, де буди її цільова аудиторія, наприклад, я не знаю, я не знаю точно механізми таргетингу і Інтернеті, але якимось вони працюють і вони мають знаходити людей, котрі цим цікавляться, які, можливо, гуглять щось таке і таке інше. Адже як бачимо вона нам трапляється і там, де ми її не шукаємо і вона є дійсно надокучливою.

Ан: тут така справа, що таке реклама і навіщо вона треба. Напевно аби набрати популярність чогось і так далі. Якщо її розміщувати лише в банках, то це будуть лише як інформативні листи, відповідно не буде охоплена аудиторія і це не буде вже реклама. Реклама має бути ефективною. це проявляється у тому, що вона

інформативна, прозора. Стосовно кольорів і всього іншого, то це питання вже не до мене. Так не нав'язлива, мінімалістична, дуже коротко, все зрозуміло, якась приємна гама кольорів. Яюсь так. Хотів би бачити її там, де було б зручно відвертатись від неї, ну я не знаю, не в Інтернетів все ж таки, в Інтернеті, так, нехай так.

М: Прощання