

2020

ОТЧЕТ

ПО ПРОВЕДЕНИЮ ИССЛЕДОВАНИЯ

ПО ОЦЕНКЕ УЗНАВАЕМОСТИ ПРОГРАММЫ МИНИСТЕРСТВА
ФИНАНСОВ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ «ПОВЫШЕНИЕ
УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ» СРЕДИ ЖИТЕЛЕЙ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, А ТАКЖЕ СТЕПЕНЬ
ВЫПОЛНЕНИЯ ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ (ИНДИКАТОРОВ),
РАЗРАБОТАННЫХ ДЛЯ МОНИТОРИНГА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ
РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И МЕРОПРИЯТИЙ ПРОЕКТА В
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ЗА 2020 ГОД

«Калининградская Социологическая Служба»
по заказу Автономной некоммерческой
организация дополнительного
профессионального образования «Институт
современного образования»

Введение

Аналитическое, комбинированное социологическое исследование было проведено с 15 по 30 ноября 2020 года.

Цель исследования: Оценить узнаваемость Программы Министерства Финансов Калининградской области «Повышение уровня финансовой грамотности жителей Калининградской области» среди жителей Калининградской области, а также степень выполнения целевых показателей (индикаторов), разработанных для мониторинга результативности Региональной программы и мероприятий Проекта в Калининградской области в соответствии с пп. 3.1.17 Договора о реализации Проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» № МФ РФ №01-01-06/17-389 между Министерством финансов Российской Федерации, Правительством Калининградской области и Некоммерческим фондом реструктуризации предприятий и развития финансовых институтов.

Задачи исследования:

Провести измерение уровня финансовой грамотности населения по каждой из целевых групп по базовым индикаторам, а также проанализировать динамику их изменения.

Объект исследования:

Население Калининградской области в возрасте от 16 лет и старше. 4 целевые аудитории (учащиеся школьного возраста и студенты (200 человек), активные и потенциальные потребители финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов (500 человек); предпринимателей, представителей малого и среднего бизнеса (150 человек), населения старшего (пенсионного) возраста) (150 человек). Всего выборка – 1000 человек.

Предмет исследования:

I – Степень узнаваемости мероприятий Программы

II – По целевым показателям (индикаторам), разработанным для мониторинга результативности Региональной программы и мероприятий Проекта Минфина России

1. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, осознающих соотношение «рисков - вознаграждение» при выборе финансовых продуктов;
2. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, сравнивающих альтернативные предложения, прежде чем брать кредит;

3. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, знающих о том, какие действия административного и юридического характера нужно предпринимать в случае нарушения их прав потребителя со стороны финансовых организаций;
4. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, понимающих важность наличия "финансового буфера" на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций.

Методология исследования:

Количественный опрос. Многоступенчатая квотированная выборка по целевым группам реализации Программы - 1000 респондентов в возрасте 16-78 лет. Выборка квотная, со стратификацией по месту проживания (в соответствии с численностью населения по муниципальным образованиям региона). Территория проведения опроса – Калининградская область, в том числе город Калининград, малые города и поселки. Муниципальные образования Калининградской области отбираются с подразделением на городскую и сельскую местность. Допустимая ошибка выборки 2,5% при доверительной вероятности 0,95. Методология исследования предусматривает личное интервью, уличный опрос face-to-face со стратификацией по месту жительства респондентов. В каждом из территориальных образований, независимо друг от друга, все первичные единицы отбора разбиваются на страты в соответствии с численностью проживающего в них населения.

В отчете приводятся таблицы и диаграммы по трем основным параметрам исследования – общие данные, данные по целевым группам реализации программы – учащимся /студентам/, предпринимателям, пенсионерам, населением со средним и низким уровнем дохода, являющимся активными и потенциальными пользователями финансовых услуг, а также данные по месту проживания респондентов. Данные даются в динамике. Приложение 1 к Отчету – распределение по целевым группам Программы. Приложение 2 – сравнение показателей реализации Программы по территориям – областному центру, малым городам области, поселкам и селам.

Характеристика выборки:

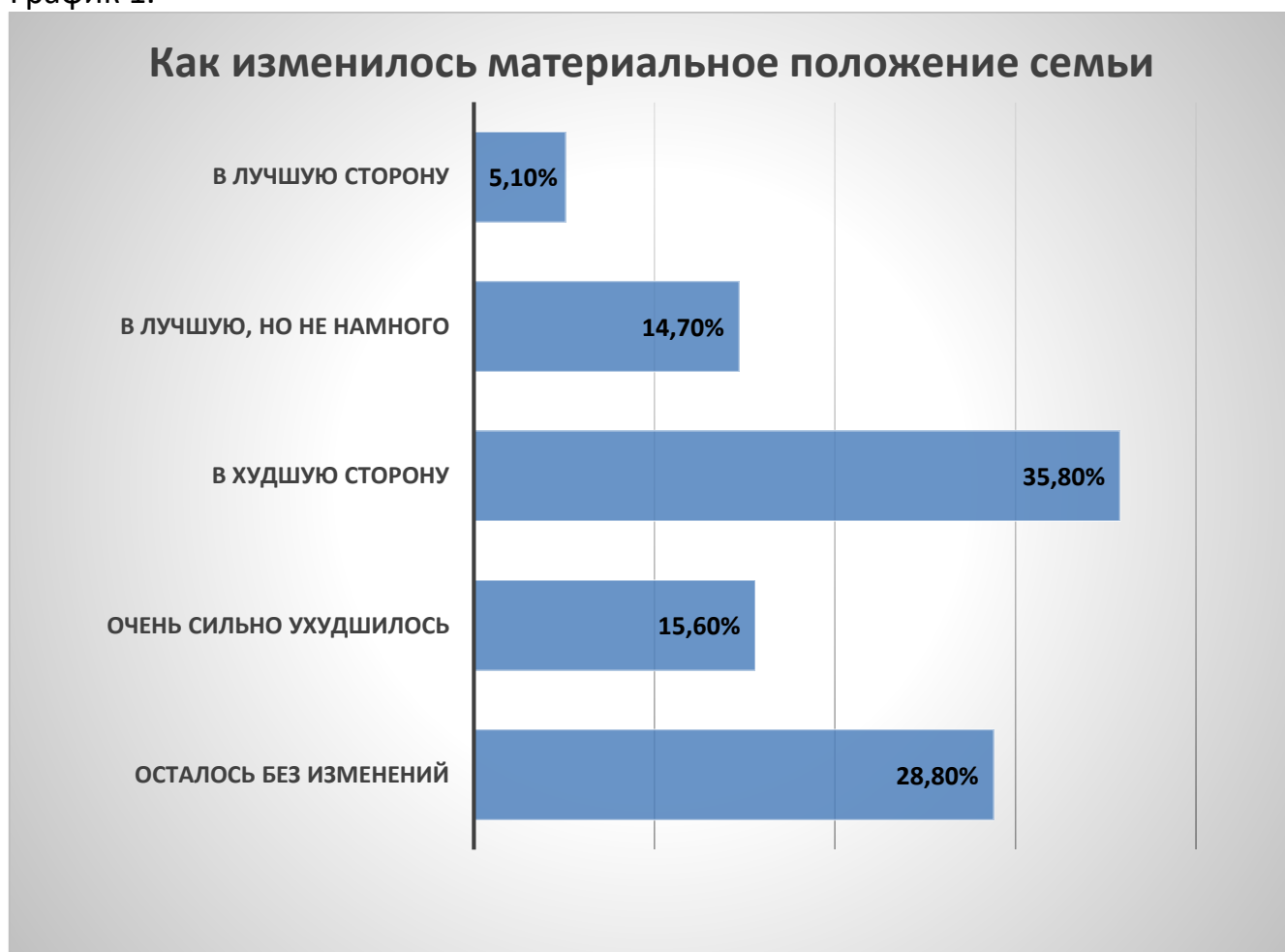
Гендерные группы, %	
Мужчины	48,9
Женщины	51,1
Возрастные группы, %	
16-26 лет	16,6
27-38 лет	15,5
39-46 лет	19,8
47-55 лет	22,4
56-65 лет	13,2
66 лет и старше	12,5
Место проживания, %	
Калининград	56,7
Малые города области	27,7
Поселки/села	15,6
Социальный статус, %	
Студент/учащийся	15,6
Пенсионер, в том числе работающий пенсионер	15,0
Предприниматель	17,3
Работник бюджетной сферы, государственный или муниципальный служащий	19,4
Наемный работник в частной компании	23,3
Домохозяйка (в том числе отпуск по уходу за ребенком)	6,7
Временно неработающий	2,7

ЧАСТЬ 1. ИНФОРМИРОВАННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ О ПРОГРАММЕ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ, ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ, ВКЛЮЧЕННОСТЬ В ПРОГРАММУ, ПОЛЬЗОВАНИЕ ФИНАНСОВЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ.

Год, безусловно, выдался сложным для большинства исследуемых групп населения. Половина жителей региона так или иначе ощутила ухудшение финансового положения семьи. Позитивно оценивают свое материальное положение около пятой части населения.

Вопрос 1. Как изменилось финансовое положение вашей семьи за последний год? (Один ответ, данные приводятся от 100% респондентов)

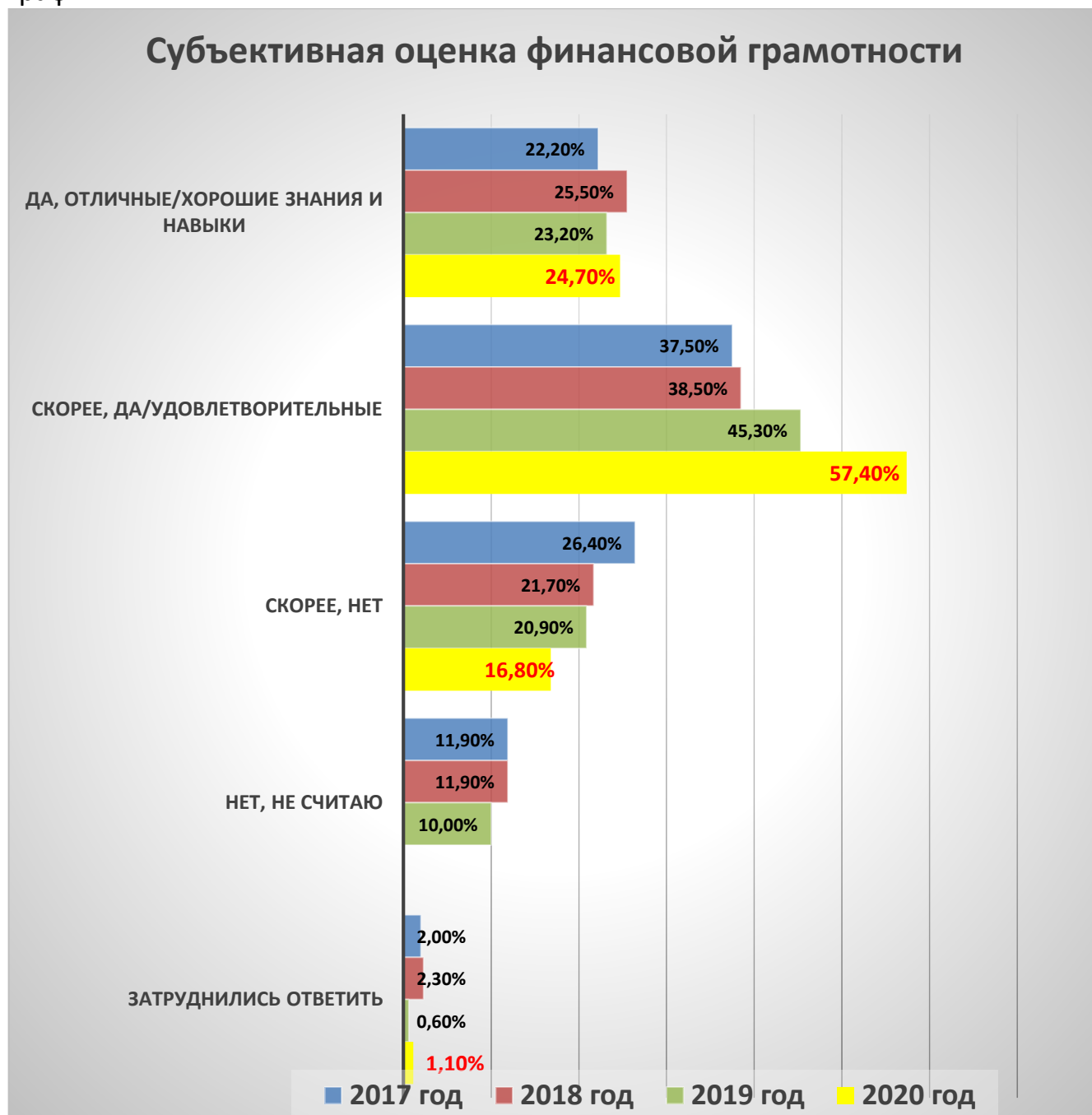
График 1.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

Субъективные положительные оценки финансовой грамотности продолжает идти по нарастающей – более 80% оценивают свои финансовые знания и навыки как хорошие и удовлетворительные.

Вопрос 2. Скажите, пожалуйста, вы считаете себя финансово грамотным человеком? (Один ответ, данные приводятся от 100% респондентов)
График 2.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

Вопрос о ведении учета доходов и расходов напрямую связан, на наш взгляд, с материальным положением семьи. Снизилась доходы – снизилось желание или возможность их учитывать (снижение около 8%).

Вопрос 3. Скажите, вы сами или кто-то в вашей семье ведет учет доходов и расходов семьи? (Один ответ, данные приводятся от 100% респондентов)

Таблица 3.

УЧЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ДОМОХОЗЯЙСТВА	% ОТ ВЫБОРКИ	
	2019	2020
ДА, УЧЕТ ВЕДЕТСЯ, ФИКСИРУЮТСЯ ВСЕ ПОСТУПЛЕНИЯ, ПЛАНИРУЮТСЯ И ВЕДУТСЯ РАСХОДЫ	35,5	36,1
ДА, ЕСТЬ УЧЕТ, НО НЕ ТАКОЙ ПОДРОБНЫЙ	36,9	28,2
НЕТ, УЧЕТ НЕ ВЕДЕТСЯ, НО В ЦЕЛОМ ИЗВЕСТНО, СКОЛЬКО ДЕНЕГ ПОСТУПИЛО И ТРАТИТСЯ В МЕСЯЦ	21,5	29,7
НЕТ, УЧЕТ НЕ ВЕДЕТСЯ И НЕИЗВЕСТНО СКОЛЬКО ПОСТУПИЛО И ПОТРАЧЕНО ЗА МЕСЯЦ	5,1	5,9
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	1,0	0,1
ИТОГО	100%	100%

В таблице приводятся данные от 100% респондентов

Твердая информированность населения о Программе имеет положительную динамику, однако доля тех, кто впервые слышит о программе, осталась на уровне прошлого года.

Вопрос 4. Знаете ли вы, что в Калининградской области реализуется Программа повышения финансовой грамотности населения?

График 3.

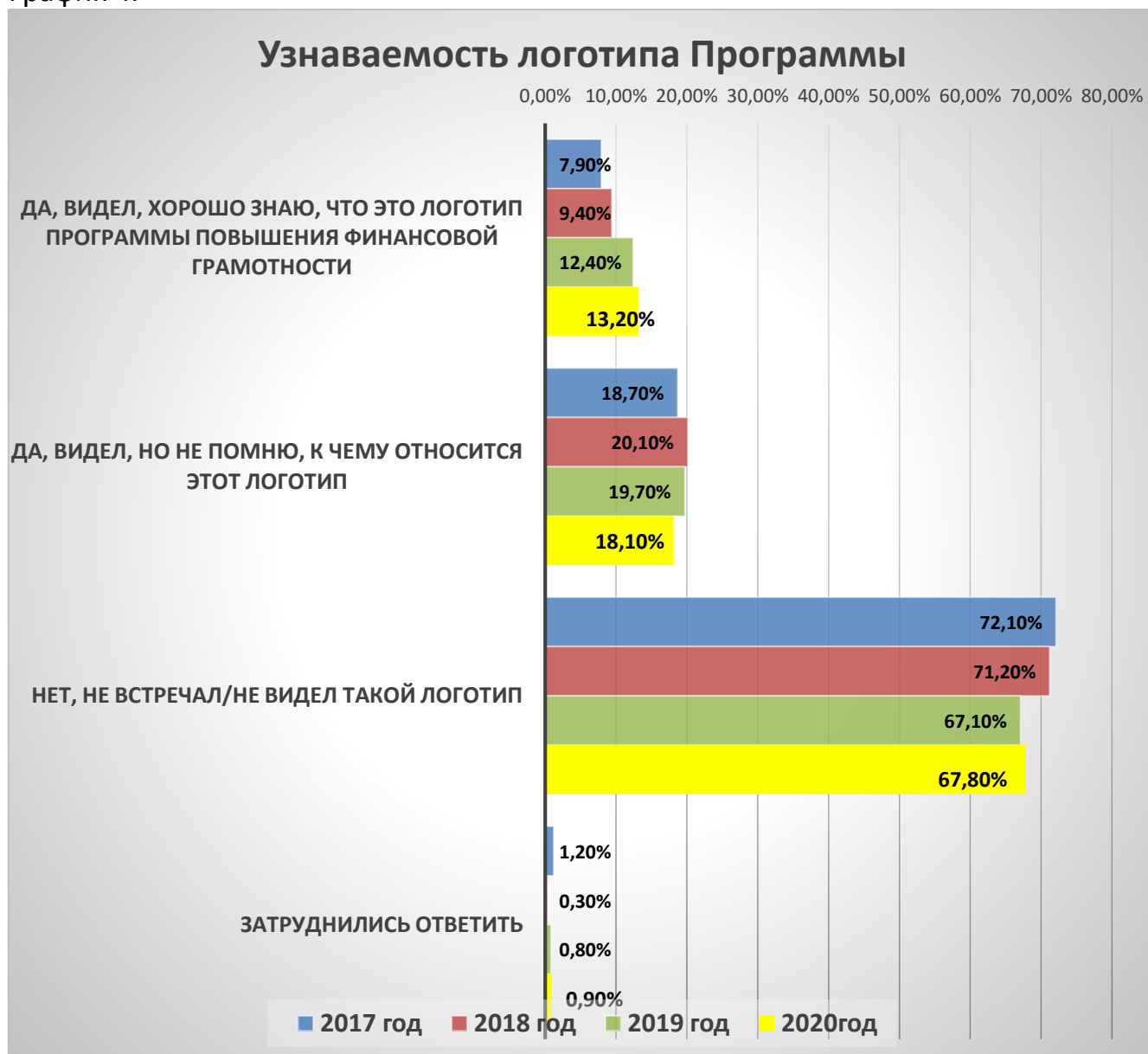


На графике приводятся данные от 100% респондентов в динамике

Медийные маркеры Программы также остались на уровне 2019 года, однако сейчас это можно назвать скорее положительной тенденцией, так как публичных, открытых, доступных мероприятий было гораздо меньше и существовали иные ограничения в продвижении Программы, связанные с карантинными мерами.

Вопрос 5. Посмотрите, пожалуйста, на карточку. Вы видели где-либо такой логотип Программы? (Респондентам демонстрировалась цветная карточка с логотипом Программы)

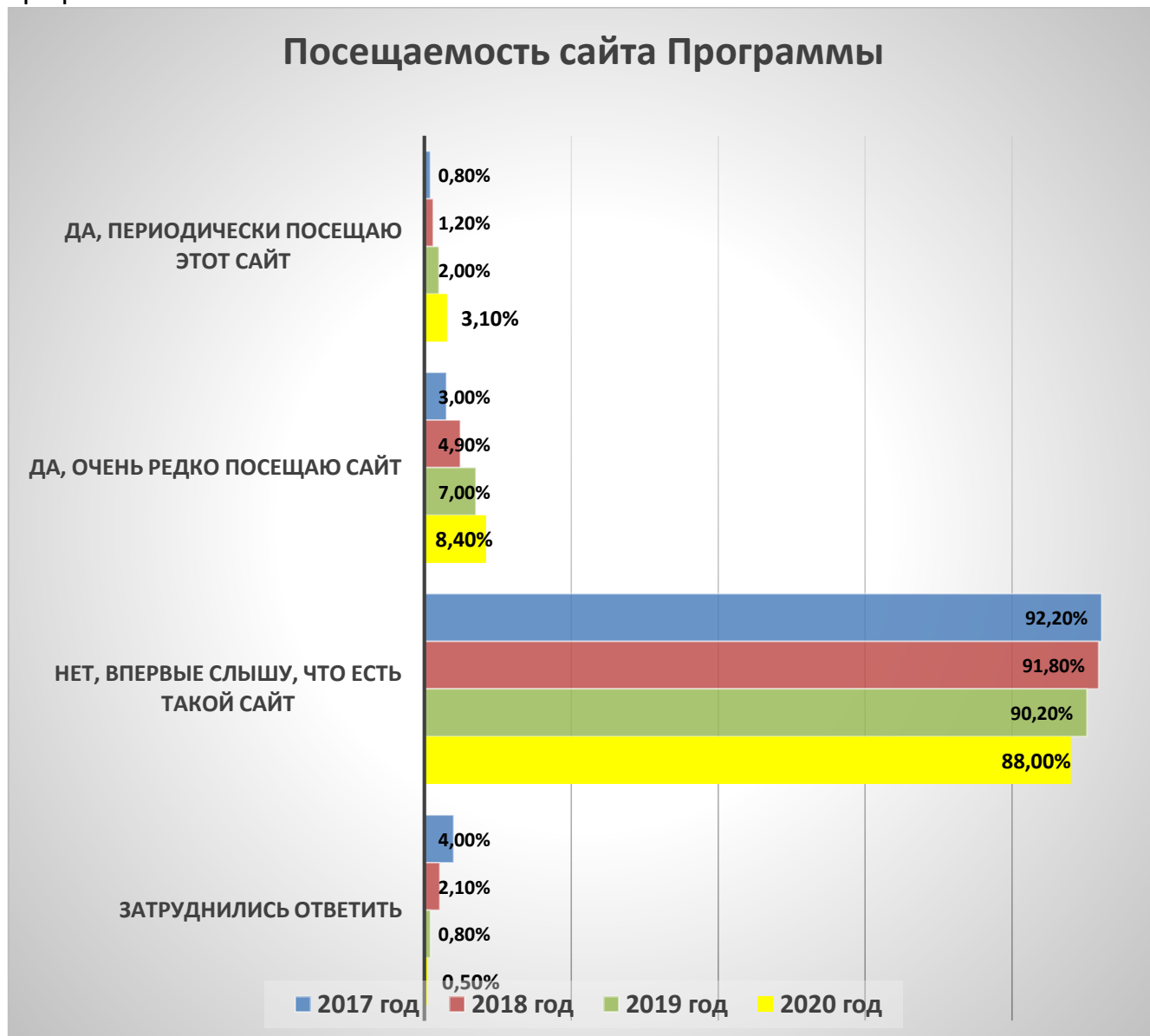
График 4.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

Вопрос 6. Скажите, пожалуйста, вы когда-либо заходили на сайт [HTTPS://WWW.FINGRAM39.RU](https://www.fingram39.ru)? (Респондентам демонстрировалась цветная карточка с шапкой сайта и скрином главной страницы)

График 5.

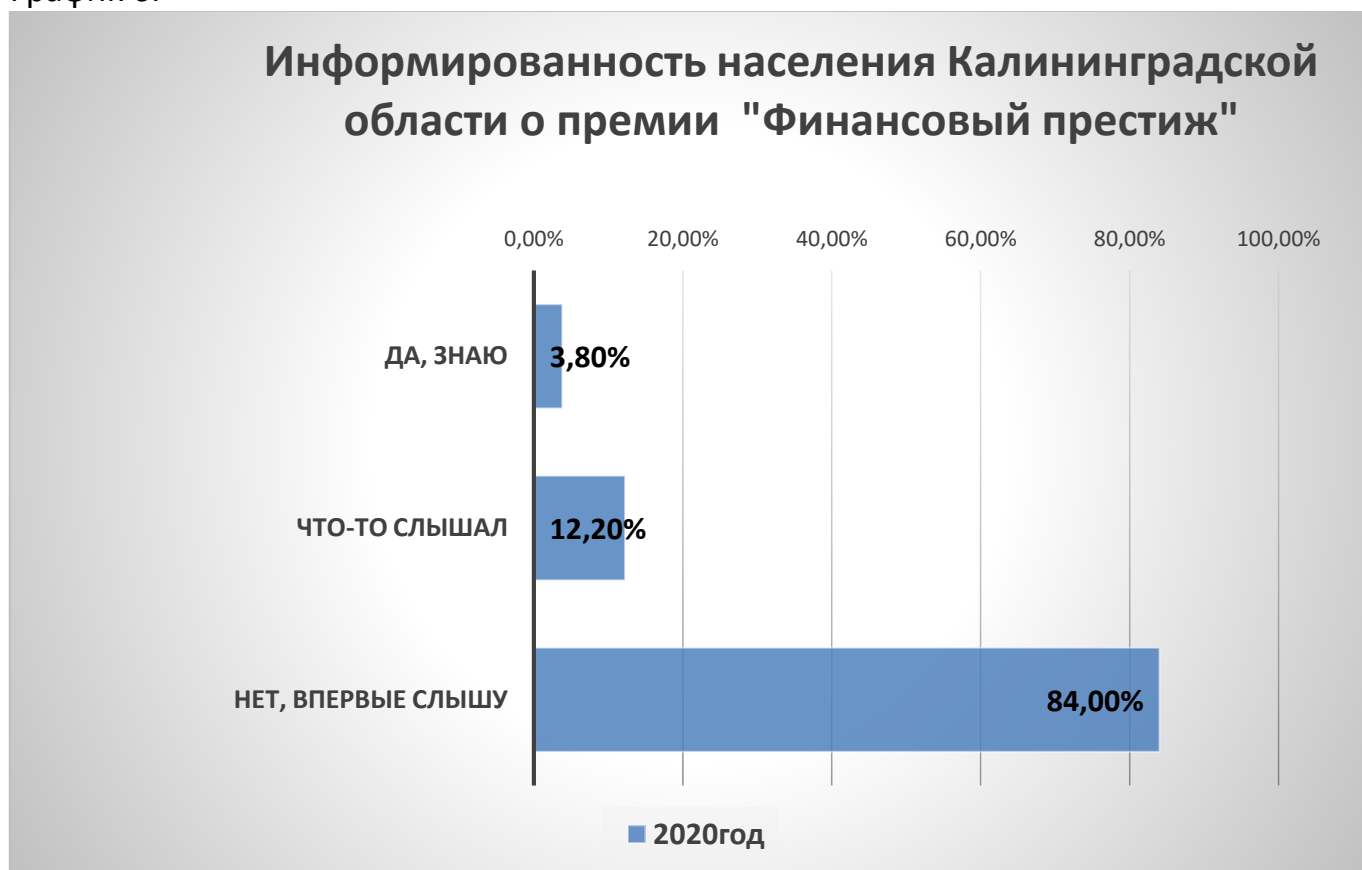


На графике приводятся данные от 100% респондентов

Информированность населения о премии «Финансовый престиж» составляет 16%. Учитывая специфику премии, и относительно невысокий интерес к подобным мероприятиям у массового населения, эти данные можно назвать хорошими (каждый шестой житель региона знает отметил, что так или иначе знает о «Финпрестиже»).

Вопрос 7. Скажите, слышали ли вы о том, что в Калининградской области проводится первая и единственная пока в России межрегиональная программа «Финансовый престиж»?

График 6.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

Информированность о мероприятиях Программы напрямую связана с ситуацией перехода части мероприятий Программы в онлайн-режим. Хороший рост мы видим у работы в СМИ (на 6%), и снижение доля тех, кто ни о каких мероприятиях Программы не слышал (с 43,5% до 37,3%).

Вопрос 8. Скажите, пожалуйста, о каких мероприятиях Программы вы когда-либо слышали? (Фиксировались все возможные ответы, вопрос по карточке).

Таблица 2. Приводится процент наблюдений (кумулятивный)

НАЗВАНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ ПРОГРАММЫ	2017 год, %	2018 год, %	2019 год, %	2020 год, %
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ, ФИНАНСОВЫЕ ИГРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ	14,4%	17,3%	17,8	18,5
ОЛИМПИАДЫ И КОНКУРСЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ	28,4%	36,2%	26,6	27,3
ЛЕКЦИИ, СЕМИНАРЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ АКТИВНОГО ТРУДОВОГО ВОЗРАСТА И ПЕНСИОНЕРОВ	24,7%	19,0%	21,9	21,6
ИНФОРМАЦИОННЫЕ БУКЛЕТЫ ПРОГРАММЫ ПО РАЗЛИЧНОЙ ТЕМАТИКЕ	7,8%	8,5%	9,1	11,8
РАБОТА В СМИ- СТАТЬИ, ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ, РАБОТА В ИНТЕРНЕТЕ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ	12,4%	22,6%	15,5	21,8
УРОКИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ ДОШКОЛЬНИКОВ, ШКОЛЬНИКОВ) И МОЛОДЕЖИ	8,3%	11,7%	17,2	15,7
ПРЕМИЯ «ФИНАНСОВЫЙ ПРЕСТИЖ»	2,1%	3,1%	3,4	3,6
НЕДЕЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ	6,1%	4,5%	3,7	3,4
ДНИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ	5,2%	5,2%	8,7	9,3
КОНСУЛЬТАЦИИ ЮРИСТА ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ	-	-	18,0	19,5
ДРУГОЕ	0,8%	0,3%	1,4	0,2
НИ О КАКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ НЕ СЛЫШАЛ	45,6%	35,2%	43,5	37,3

Несколько возросла доля пользования интернет-банкингом, сберегательными инструментами. Причем в прямом вопросе об открытых инвестиционных счетах они есть у более чем 10% респондентов (ниже в отчете).

Вопрос 9. Скажите, какими из перечисленных финансовых услуг вам приходилось пользоваться за последний год?

Таблица 3. Общие данные. Приводится кумулятивный процент ответов на вопрос.

ФИНАНСОВАЯ УСЛУГА	2017 ГОД %	2018 ГОД, %	2019 ГОД, %	2020 ГОД %
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ДЕБЕТОВОЙ ИЛИ ЗАРПЛАТНОЙ КАРТОЙ (VISA, MAESTRO, MASTERCARD)	61,50%	73,60%	71,7	70,3
ОПЛАЧИВАТЬ УСЛУГИ ЖКХ	49,80%	57,40%	61,9	57,8
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГОМ	37,10%	37,00%	49,4	57,8
ПОЛЬЗОВАЛСЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМОЙ / КАРТОЙ «МИР»	-	27,10%	44,9	43,3
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КРЕДИТНОЙ КАРТОЙ	31,70%	27,70%	26,5	27,8
БРАТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ (ИЛИ ПЛАТИТЬ ПО УЖЕ ИМЕЮЩИМСЯ КРЕДИТАМ)	13,00%	15,40%	24,2	15,4
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ СИСТЕМОЙ РАСЧЕТА WEB-MONEY, YANDEX-ДЕНЬГИ, QIWI, PAYPAL, SKRILL И ДР.	-	14,50%	17,3	15,5
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ БАНКОВСКИМИ ВКЛАДАМИ, СБЕРЕГАТЕЛЬНЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ	15,30%	14,40%	8,7	13,2
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ИПОТЕКОЙ	5,30%	4,70%	6,4	6,7
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ АВТОКРЕДИТОВАНИЕМ	3,30%	2,90%	4,7	4,1
ПОДАВАТЬ ЗАПРОСЫ ИЛИ ЖАЛОБЫ В РОСПОТРЕБНАДЗОР, ЦЕНТРОБАНК И ДРУГИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЗА НАРУШЕНИЕМ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	2,50%	3,70%	3,3	2,2
НИКАКИМИ НЕ ПОЛЬЗОВАЛСЯ	11,20%	4,60%	2,8	2,2
ВКЛАДЫВАТЬ ДЕНЬГИ В ПИФЫ И ИИС	2,60%	0,90%	2,5	2,4
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КРИПТОВАЛЮТАМИ (ПОКУПАТЬ, ПРОДАВАТЬ, ИНВЕСТИРОВАТЬ)	-	2,30%	1,9	1,4
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЛОМБАРДОМ ИЛИ АВТОЗАЛОГОМ	2,60%	3,50%	1,8	2,0
ОТКРЫВАТЬ БРОКЕРСКИЙ СЧЕТ	-	-	1,1	2,3
ПОЛЬЗОВАТЬСЯ УСЛУГАМИ МИКРОКРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, БЫСТРЫХ ЗАЙМОВ БЕЗ ДОКУМЕНТОВ ПО ПАСПОРТУ	1,50%	1,20%	1,0	1,1

ЧАСТЬ 2. ОЦЕНКА ИНДИКАТОРОВ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Индикаторы финансовой грамотности оцениваются на основании вопросов респонденту по практическим вопросам, касающимся финансового поведения. При расчете индикаторов учитывается доля тех респондентов, кто правильно отвечает на вопрос. Отметим положительную динамику всех индикаторов.

Таблица 2.1. Доли действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов по основным индикаторам Программы финансовой грамотности в регионе.

	2017 год, %	2018 год, %	2019 год, %	2020 год, %
Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, осознающих соотношение «рисков - вознаграждение» при выборе финансовых продуктов ¹	72,8	70,2	90,3	90,0
Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, сравнивающих альтернативные предложения, прежде чем брать кредит ²	88,4	92,9	93,7	93,8

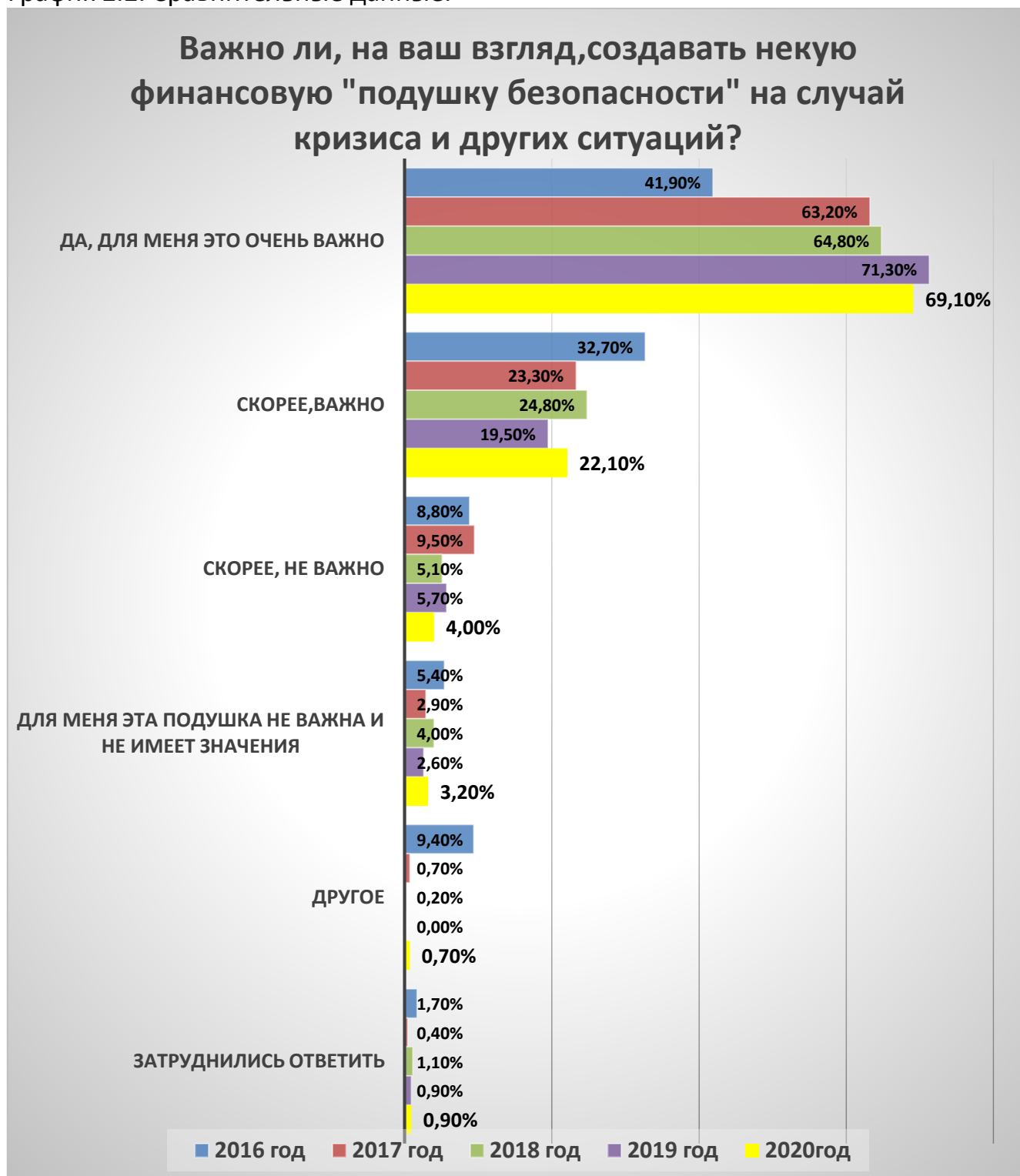
¹ Расчет доли проводился от числа пользователей финансовых услуг, кто дал ответ на поставленный вопрос без учета затруднившихся ответить

² Расчет проводился от числа пользователей кредитами без учета тех, кто ответил, что категорически не берет кредиты /либо затруднился ответить

Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, знающих о том, какие действия административного и юридического характера нужно предпринимать в случае нарушения их прав потребителя со стороны финансовых организаций	63,5	64,5	66,1	68,4
Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, понимающих важность наличия "финансового буфера" на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций	86,5	89,6	90,8	91,2

Вопрос: Важно ли, на ваш взгляд, создавать некую финансовую «подушку безопасности» (денежный запас) для себя и своей семьи на случай кризиса и других неприятных ситуаций? (Один ответ)

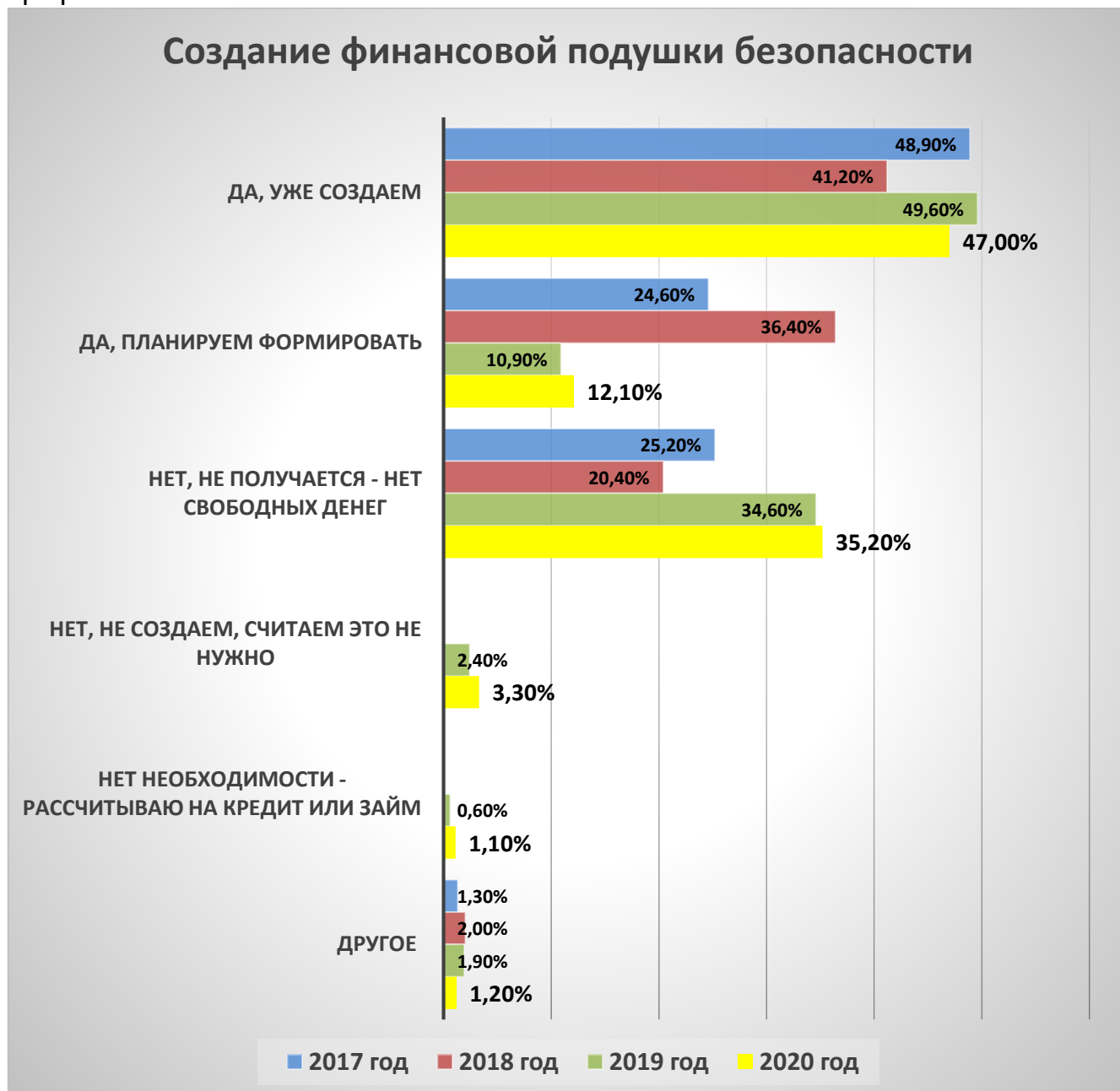
График 2.2. Сравнительные данные.



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос: Скажите, вы лично или ваша семья создает (планирует начать формировать) некий «финансовый буфер» на случай чрезвычайных или кризисных жизненных ситуаций?

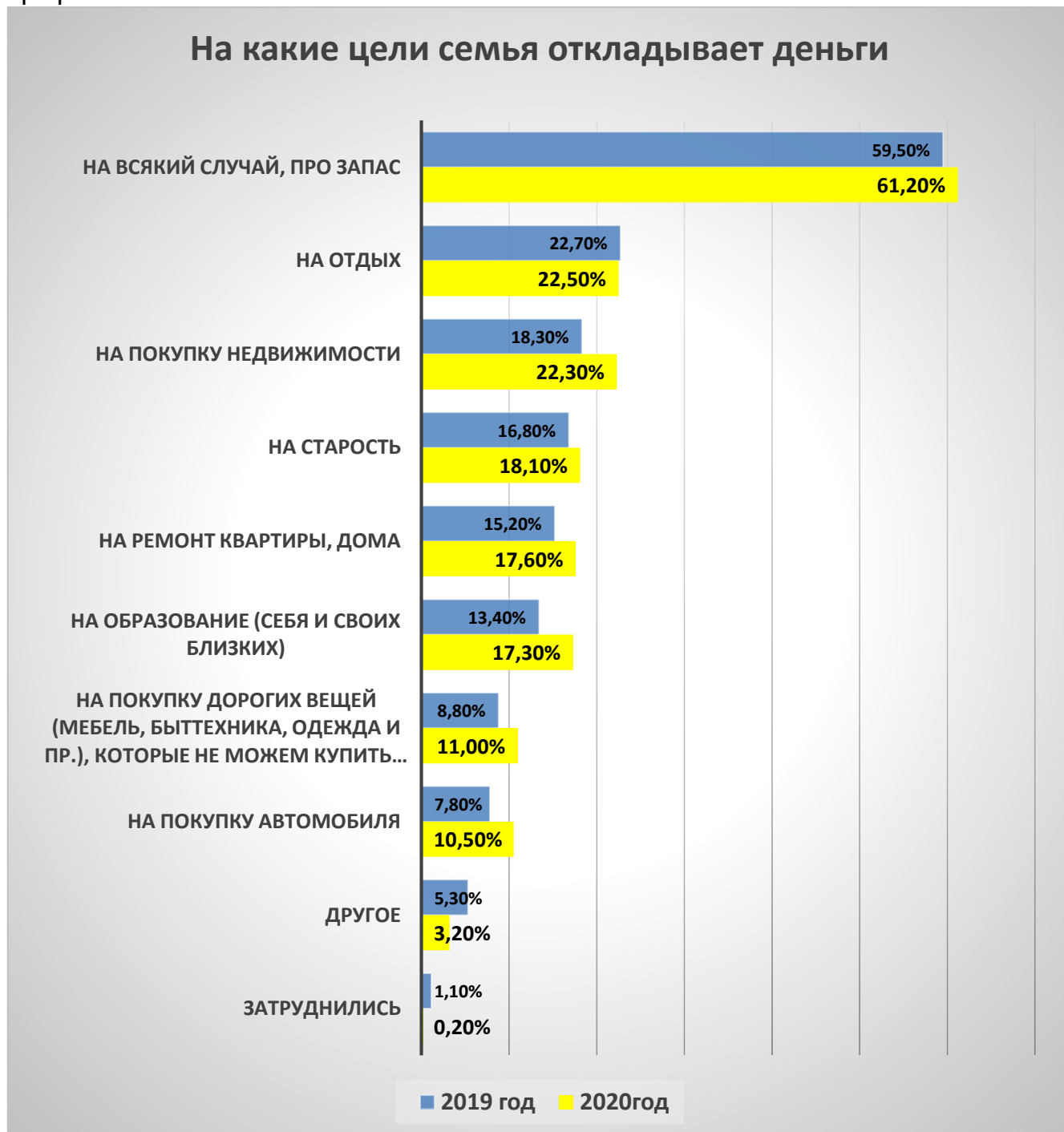
График 2.3



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос: Скажите, для каких целей вы или ваша семья откладывает деньги или собирается их копить? (вопрос для тех, кто уже создает или собирается создавать финансовую подушку безопасности)

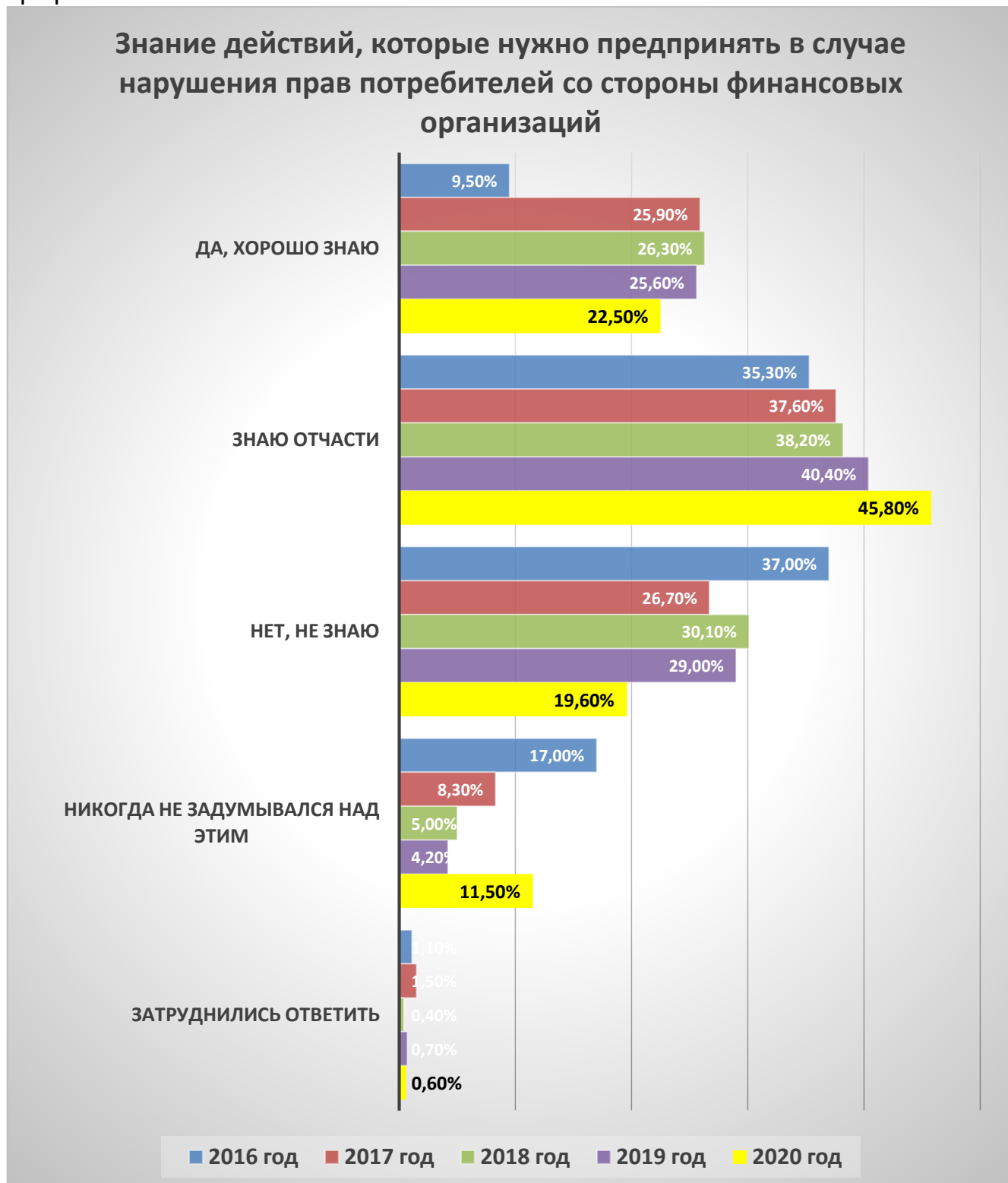
График 2.4



На графике приводится кумулятивный процент ответов от числа респондентов, которые уже создают свою финансовую «подушку безопасности»

Вопрос: В случае нарушения прав потребителей, знаете ли вы, какие административные или юридические действия нужно предпринять?

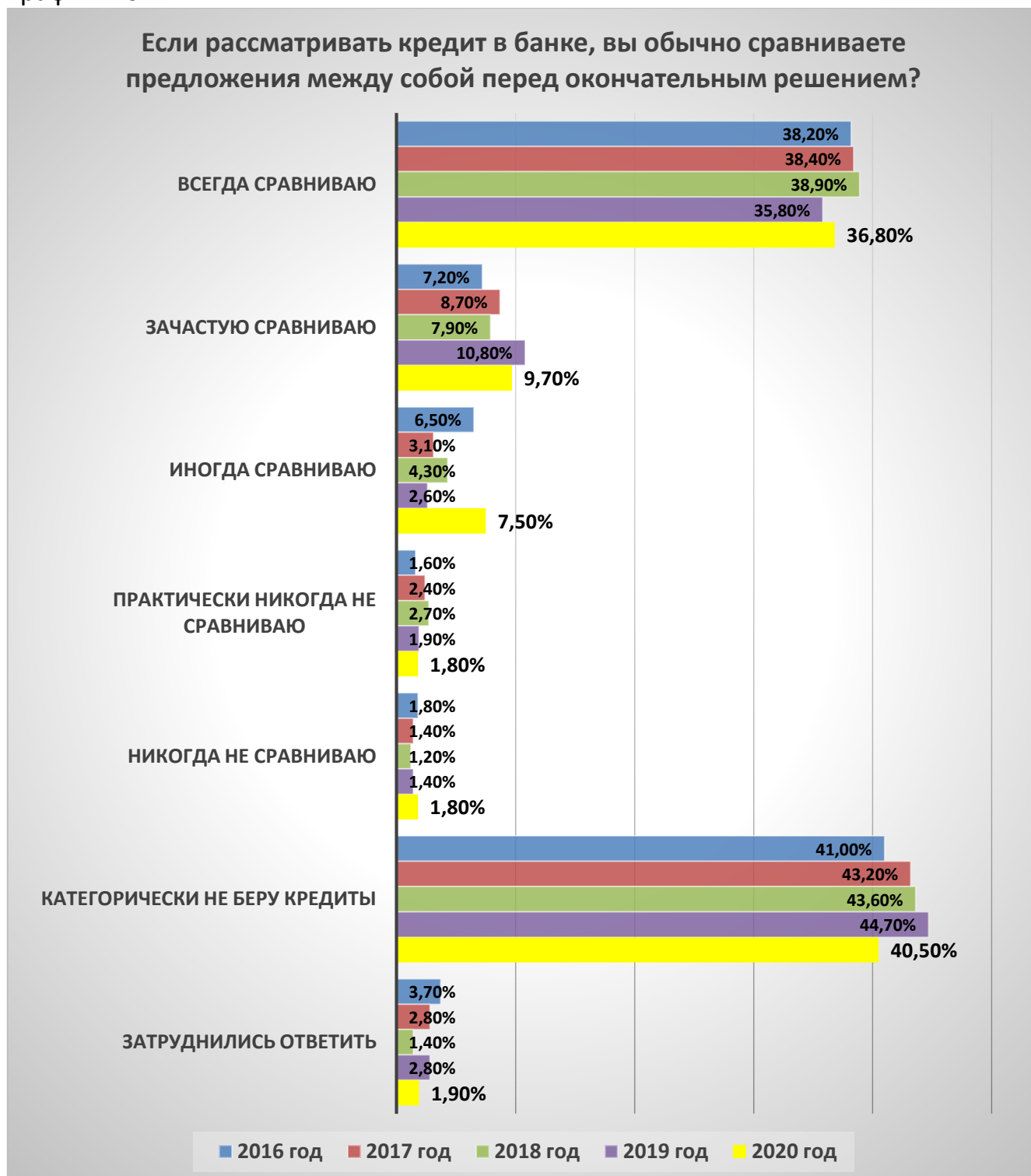
График 2.5.



На графике представлены данные от 100% респондентов в динамике с 2016 года

Вопрос: Если рассматривать кредит в банке, вы обычно сравниваете варианты (кредитные предложения) в различных кредитных учреждениях между собой перед окончательным решением?

График 2.6.

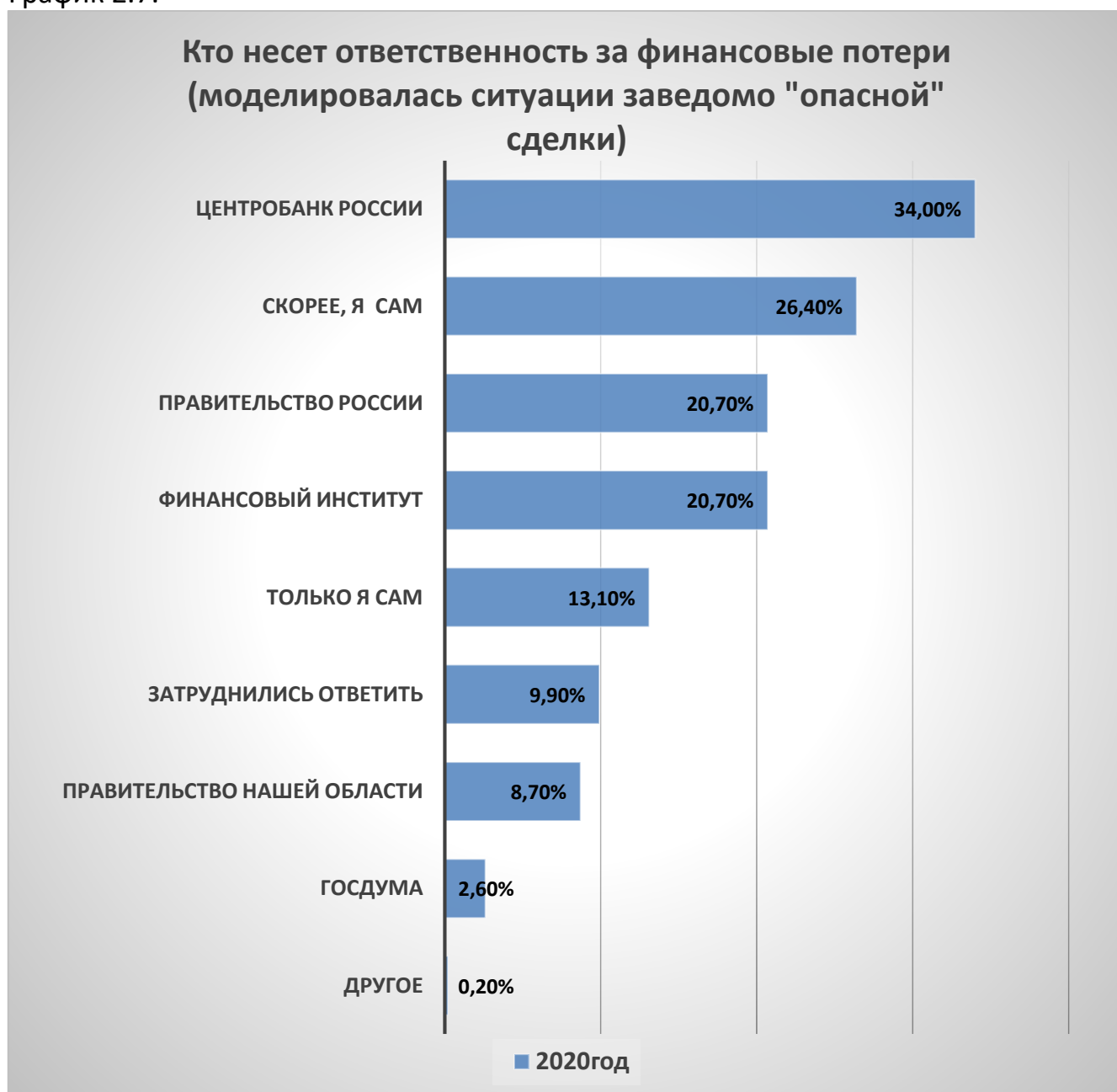


На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос впервые задавался в такой «жесткой» формулировке, когда респондентам предлагалось применить к себе конкретную ситуацию. Ответственность Центробанка в данном случае на первом месте, и мы получали комментарии от людей, что именно Центробанк должен следить за недопущением подобных предложений на финансовом рынке.

Вопрос: **Представьте ситуацию, что вы вложили свои накопления под 100% годовых, через 4 месяца вы узнаете, что фирма, куда вы вложили деньги, исчезла вместе с вашими деньгами. Кто несет ответственность за потерю денег в данной ситуации?**³ (Возможно несколько вариантов ответа. Приводится кумулятивный процент ответов на вопрос).

График 2.7.



³ В данной формулировке вопрос задается впервые. Поэтому сравнительные данные с прошлыми периодами не приводятся

В этом вопросе респонденты испытывали определенные сложности. Резкий скачек соотношения «выше риск - ниже доходность» говорит скорее о непонимании вопроса. В дальнейшем следует также предложить иные варианты формулировки.

Вопрос: **Выберете утверждение, которое, с вашей точки зрения, является верным. Как связаны риск и доходность при вложении денег на банковские счета, акции, облигации и пр.?**

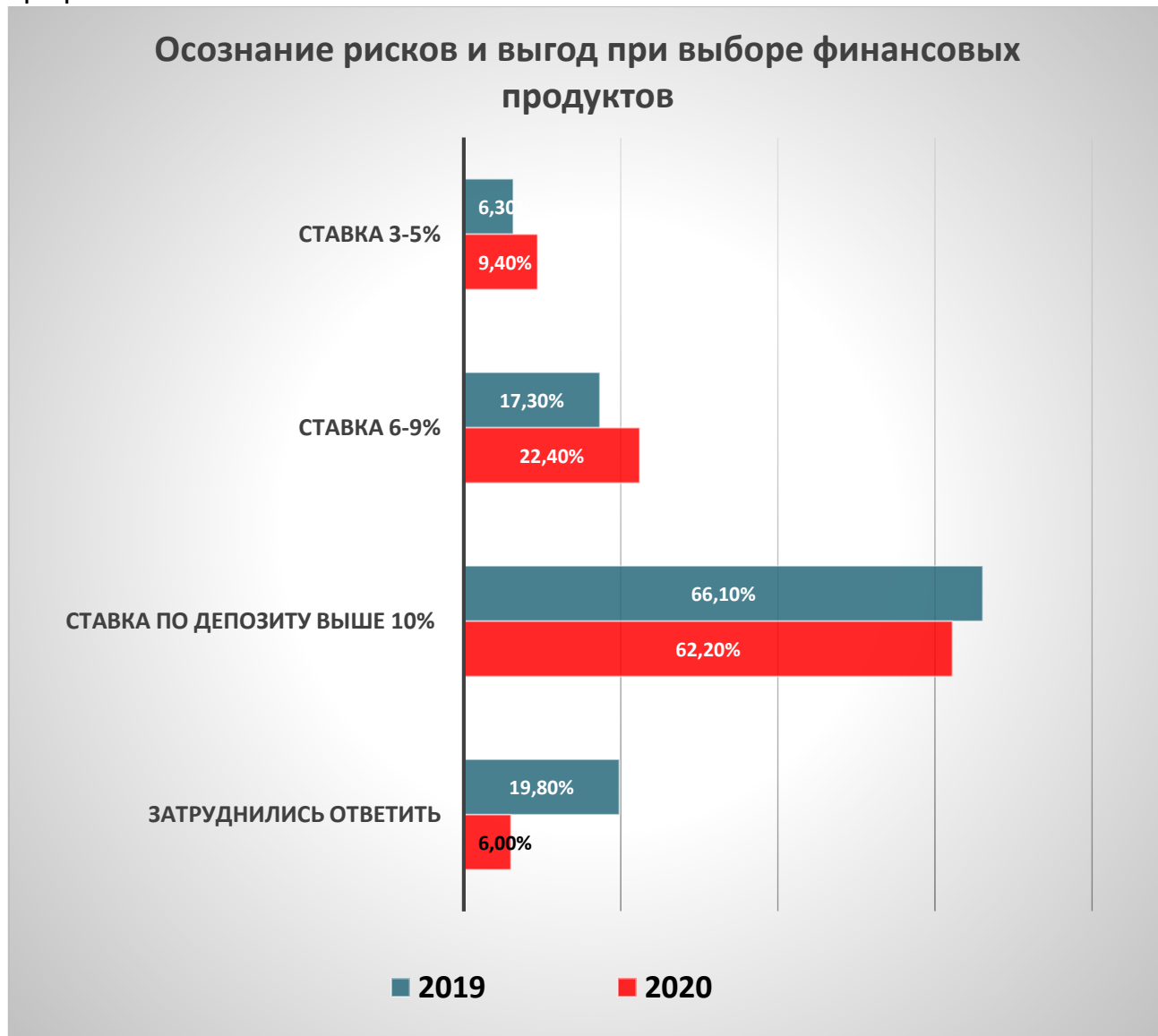
График 2.8.



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос: Как вы думаете, какая процентная ставка по банковскому вкладу или депозиту может быть опасной для вас как потребителя финансовых услуг, несет определенные риски? (Данные приводятся от всех опрошенных. Процент кумулятивный)

График 2.9.

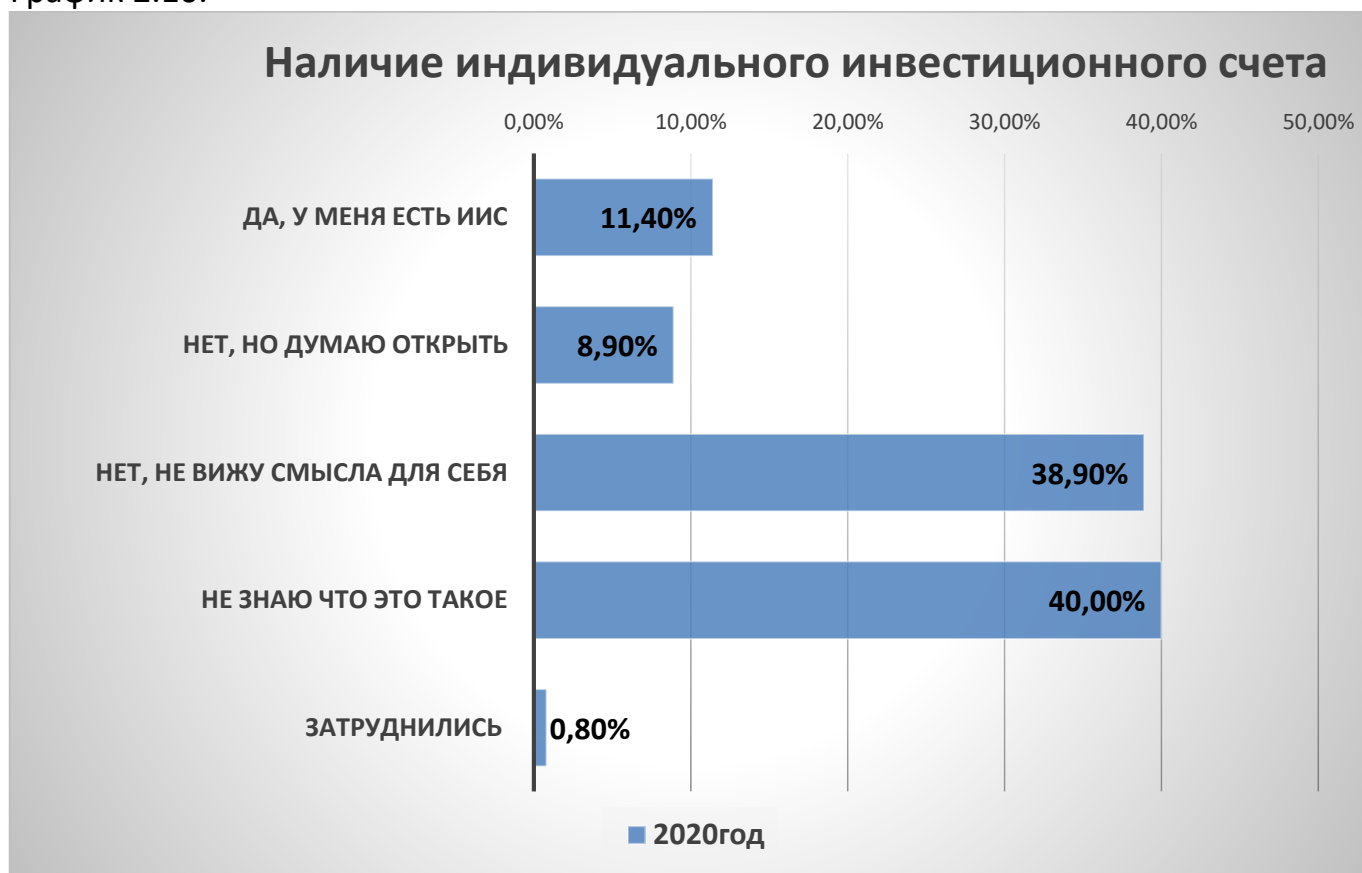


Снижение и практически невыгодность вкладов отмечает все больше населения, и соответственно, все больше людей обращают свое внимание на ИИС.

Мы видим существенную разницу в данных по ИИС при ответе на вопрос, где было перечислено много финансовых услуг – там часть людей назвали ИИС именно сберегательными инструментами, а часть не стала говорить про свои ИИС. Здесь, по мере погружения в анкету, респонденты были уже более откровенны – каждый десятый уже имеет ИИС, и еще около 9% планирует открыть.

Вопрос: **Скажите, открыты ли у вас или у ваших членов семьи индивидуальный инвестиционный счет?**

График 2.10.

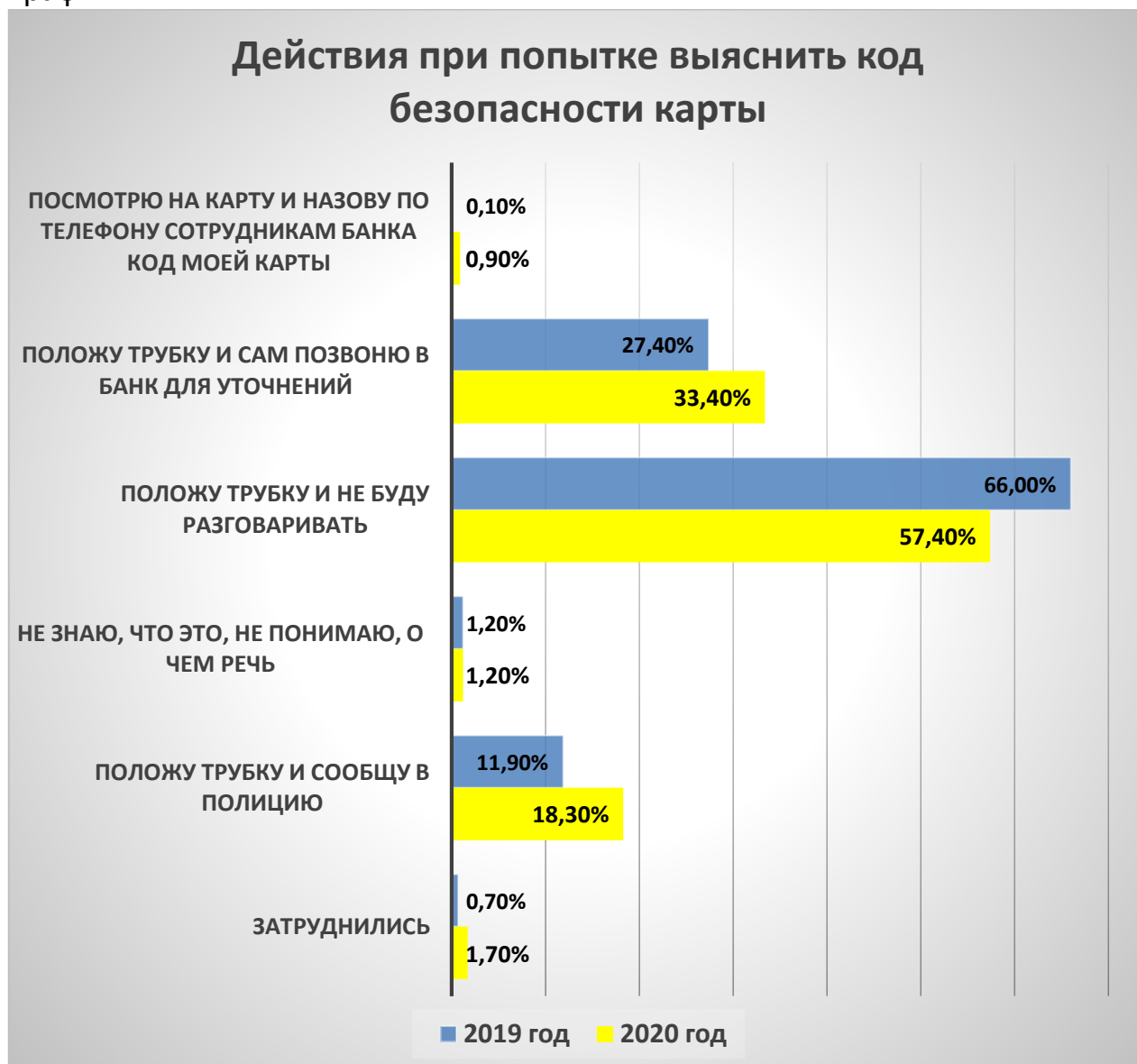


На графике приводятся данные от 100% респондентов

Вопрос показывает, что понимание рисков при распространении личной информации о карте у калининградцев высокое. Также выросла доля тех, кто при подобных звонках готов звонить в правоохранительные органы и бороться с телефонными мошенниками.

Вопрос 2.10. Скажите, если вам поступит звонок из банка и попросят для какой-либо операции сообщить по телефону ваш код безопасности пластиковой карты (CRV, CVV2, CVC2), какими будут ваши действия? (до двух ответов)

График 2.11



На графике приводится кумулятивный процент ответов респондентов

Вопрос: Если вы планируете выгодно вложить свои сбережения, какие признаки финансовой организации вас остановят? (Данные приводятся от всех опрошенных. Процент кумулятивный)

График 2.12



На графике приводится кумулятивный процент ответов респондентов

Приложение.

Данные исследования по целевым группам Программы

Таблица 3.1. Вопрос: Скажите, вы считаете себя финансово грамотным человеком? Сравнительные данные субъективной оценки финансовой грамотности по целевым группам Программы.

Скажите, вы считаете себя финансово грамотным человеком?	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
ДА, ОТЛИЧНЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ	12,0	22,4	37,1	38,4	18,1	9,7	26,3	26,4
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ	53,3	64,6	49,1	50,6	46,1	49,7	59,4	59,0
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЕ/ ЗНАНИЙ И НАВЫКОВ НЕТ	20,6	13,0	13,8	9,8	34,8	37,8	13,3	13,7
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	0,6	0,0	0,0	1,2	1,0	2,7	1,1	0,9

Таблица 3.2. Вопрос: Скажите, вы знаете о том, что в Калининградской области реализуется Программа повышения финансовой грамотности населения? Сравнительные данные по целевым группам Программы.

Вы знаете о том, что в Калининградской области реализуется Программа?	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
ДА, ЗНАЮ	24,6	31,4	28,7	32,6	17,2	23,5	20,5	26,6
ЧТО-ТО СЛЫШАЛ	36,5	26,0	40,1	29,3	33,8	29,7	27,3	29,2
НЕТ, ВПЕРВЫЕ СЛЫШУ	38,9	42,6	31,1	38,2	49,0	46,8	52,2	44,2

Распределение по целевым группам Программы (данные приводятся от 100% представителей каждой группы)

Таблица 3.3

УЧЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ДОМОХОЗЯЙСТВА	% ПО ЦЕЛЕВЫМ ГРУППАМ ПРОГРАММЫ			
	УЧАЩИЕСЯ/ СТУДЕНТЫ	ПЕНСИОНЕРЫ	ПРЕДПРИНИ МАТЕЛИ	НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ
ДА, УЧЕТ ВЕДЕТСЯ, ФИКСИРУЮТСЯ ВСЕ ПОСТУПЛЕНИЯ, ПЛАНИРУЮТСЯ И ВЕДУТСЯ РАСХОДЫ	27,7	32,1	47,5	36,3
ДА, ЕСТЬ УЧЕТ, НО НЕ ТАКОЙ ПОДРОБНЫЙ	38,8	22,4	18,0	30,0
НЕТ, УЧЕТ НЕ ВЕДЕТСЯ, НО В ЦЕЛОМ ИЗВЕСТНО, СКОЛЬКО ДЕНЕГ ПОСТУПИЛО И ТРАТИТСЯ В МЕСЯЦ	30,5	33,1	30,1	28,5
НЕТ, УЧЕТ НЕ ВЕДЕТСЯ И НЕИЗВЕСТНО СКОЛЬКО ПОСТУПИЛО И ПОТРАЧЕНО ЗА МЕСЯЦ	3,0	12,4	4,3	5,0
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	0,0	0,0	0,1	0,2
ИТОГО	100%	100%	100%	100%

В таблице приводятся данные внутри каждой исследуемой группы

Таблица 3.4. Вопрос: Посмотрите, пожалуйста, на карточку. Вы видели где-либо такой логотип Программы? Сравнительные данные по целевым группам Программы.

Скажите, вы видели где-либо логотип Программы?	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
ДА, ВИДЕЛ, ХОРОШО ЗНАЮ ЭТОТ ЛОГОТИП	17,4	20,3	16,2	15,9	9,8	5,3	7,9	12,9
ДА, ВИДЕЛ, НО НЕ ПОМНЮ, К ЧЕМУ ОТНОСИТСЯ ЛОГОТИП	28,1	9,9	22,8	24,4	18,6	19,0	17,3	18,5
НЕ ВСТРЕЧАЛ/НЕ ВИДЕЛ	53,3	69,8	61,1	58,5	70,6	74,6	73,4	67,5
ЗАТРУДНИЛИСЬ	1,2	0,0	0,0	1,2	1,0	1,1	1,4	1,1

Таблица 3.5. Скажите, о каких мероприятиях Программы повышения финансовой грамотности в Калининградской области вы слышали?
Сравнительные данные по целевым группам Программы.

Мероприятия Программы	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛ И		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ, ФИНАНСОВЫЕ ИГРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ	19,2	25,0	20,4	14,6	9,8	7,6	27,7	17,2
ОЛИМПИАДЫ И КОНКУРСЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ	32,9	46,4	32,9	29,9	15,7	14,1	18,3	23,7
ЛЕКЦИИ, СЕМИНАРЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ АКТИВНОГО ТРУДОВОГО ВОЗРАСТА И ПЕНСИОНЕРОВ	31,1	25,5	25,7	26,8	14,2	10,3	8,3	22,7
ИНФОРМАЦИОННЫЕ БУКЛЕТЫ ПРОГРАММЫ ПО РАЗЛИЧНОЙ ТЕМАТИКЕ	15,6	20,8	9,0	14,5	5,4	3,8	12,9	10,2
РАБОТА В СМИ-СТАТЬИ, ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ, РАБОТА В ИНТЕРНЕТЕ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ	9,0	25,0	15,6	28,7	23,0	10,3	17,3	22,8
УРОКИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ ДОШКОЛЬНИКОВ, ШКОЛЬНИКОВ) И МОЛОДЕЖИ	28,7	28,6	18,0	18,3	8,8	4,9	2,9	13,7
ПРЕМИЯ «ФИНАНСОВЫЙ ПРЕСТИЖ»	1,8	1,0	3,6	4,3	5,9	0,5	2,2	3,5
НЕДЕЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ	4,2	8,3	3,0	3,7	5,4	1,1	9,0	2,2
НЕДЕЛЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ	15,0	20,8	6,6	7,3	6,9	2,7	20,1	5,7
КОНСУЛЬТАЦИИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ	7,8	17,2	24,0	27,4	14,7	27,4	0,7	20,7
НИ О КАКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ НЕ СЛЫШАЛ	36,5	19,8	36,0	26,8	54,9	62,2	51,4	38,3

Таблица 3.6. Важность создания финансовой подушки безопасности по целевым группам Программы. Сравнительные данные по целевым группам Программы.

<u>Важность создания подушки безопасности</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
ДА, ДЛЯ МЕНЯ ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНО	58,7	68,8	86,2	78,0	77,0	62,2	70,1	68,8
СКОРЕЕ, ВАЖНО	25,7	18,2	9,0	17,1	12,7	30,3	23,0	22,2
СКОРЕЕ, НЕ ВАЖНО	13,2	3,1	3,6	4,9	3,4	2,2	3,6	4,8
ДЛЯ МЕНЯ ЭТА ПОДУШКА НЕ ВАЖНА И НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ	2,4	5,2	1,2	0,0	3,4	3,8	3,2	3,3
ДРУГОЕ/ЗАТРУДНИЛИСЬ	0,0	4,7	0,0	0,0	3,2	1,6	0,0	0,9

Таблица 3.7. СКАЖИТЕ, ДЛЯ КАКИХ ЦЕЛЕЙ ВЫ ИЛИ ВАША СЕМЬЯ ОТКЛАДЫВАЕТ ДЕНЬГИ ИЛИ СОБИРАЕТСЯ НАЧАТЬ КОПИТЬ? Сравнительные данные по целевым группам Программы.

Цели накопления	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
НА ВСЯКИЙ СЛУЧАЙ, ПРО ЗАПАС	63,6	62,5	55,2	74,3	59,7	63,4	61,6	54,4
НА СТАРОСТЬ	1,5	22,7	12,4	46,8	50,0	17,9	11,6	9,6
НА ОТДЫХ	25,8	37,5	25,5	8,3	16,0	19,6	30,0	22,2
НА РЕМОНТ КВАРТИРЫ, ДОМА	15,9	20,3	15,9	9,2	8,3	18,8	17,9	19,3
НА ПОКУПКУ НЕДВИЖИМОСТИ	18,2	17,2	28,3	0,0	4,2	38,4	17,4	27,0
НА ОБРАЗОВАНИЕ	14,4	35,9	20,7	3,7	4,2	22,3	13,2	11,9
НА АВТОМОБИЛЬ	16,7	17,2	4,8	0,0	0,7	15,2	8,9	9,6
НА ПОКУПКУ ДОРОГИХ ВЕЩЕЙ	9,8	7,8	10,3	9,2	5,6	10,7	11,1	13,3
ДРУГОЕ/ ЗАТРУДНИЛИСЬ	4,5	7,3	0,7	7,3	12,3	0,0	1,6	3,4

Таблица 3.8. Знание о том, какие действия административного и юридического характера нужно предпринимать в случае нарушения их прав потребителя со стороны финансовых организаций по целевым группам Программы.

В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СО СТОРОНЫ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, КАКИЕ ДЕЙСТВИЯ (АДМИНИСТРАТИВНЫЕ, ЮРИДИЧЕСКИЕ) НУЖНО ПРЕДПРИНЯТЬ	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬ НЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
ДА, ХОРОШО ЗНАЮ	14,6	33,5	14,1	25,3
ЗНАЮ ОТЧАСТИ	53,6	41,5	42,2	45,5
НЕТ, НЕ ЗНАЮ	22,4	16,5	31,4	14,8
НИКОГДА НЕ ЗАДУМЫВАЛСЯ НАД ЭТИМ	9,4	7,3	12,4	13,5
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	0,0	1,2	0,0	0,9

Таблица 3.9. Сравнение альтернативных предложений целевыми группами Программы, прежде чем брать кредит.

Сравнительные данные по целевым группам Программы.

Сравнение альтернативных предложений прежде чем брать кредит	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
ВСЕГДА СРАВНИВАЮ	19,8	16,7	58,1	40,9	17,2	23,8	44,6	49,0
ЗАЧАСТУЮ СРАВНИВАЮ	8,4	12,5	9,0	12,8	8,3	8,1	12,9	8,1
ИНОГДА СРАВНИВАЮ	0,0	11,5	0,6	7,3	1,5	7,6	5,8	5,9
ПРАКТИЧЕСКИ НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ	0,0	2,1	2,4	4,3	1,5	0,5	2,2	1,3
НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ	0,6	0,0	0,0	2,4	2,5	1,6	2,1	2,4
КАТЕГОРИЧЕСКИ НЕ БЕРУ КРЕДИТЫ	61,7	52,6	29,3	30,5	66,7	56,2	30,6	32,7
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	9,6	4,7	0,6	1,8	2,5	2,2	1,8	0,7

Таблица 3.10. Представьте ситуацию, что вы вложили свои накопления под 100% годовых, через 4 месяца вы узнаете, что фирма, куда вы вложили деньги, исчезла вместе с вашими деньгами. Кто несет ответственность за потерю денег в данной ситуации? Сравнительные данные по целевым группам Программы.

КТО НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СЛУЧАЕ ПОТЕРИ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ (БАНКАХ, СТРАХОВЫХ КОМПАНИЯХ, БРОКЕРСКИХ УСЛУГАХ И ПР.)	СТУДЕНТЫ/УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЦЕНТРОБАНКА РОССИИ	19,2	34,4	11,4	29,3	18,6	31,4	11,5	32,2
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ	2,4	4,2	4,2	3,7	3,4	5,4	1,4	1,1
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА НАШЕЙ ОБЛАСТИ	4,8	10,9	9,0	10,4	13,2	5,9	9,7	5,2
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИИ	9,6	17,2	20,4	18,9	30,4	23,8	18,0	17,2
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ФИНАНСОВОГО ИНСТИТУТА	37,7	22,4	19,8	22,0	17,6	18,4	28,1	26,1
СКОРЕЕ, МОЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	24,6	30,2	21,0	42,1	15,7	17,4	22,7	29,2
ТОЛЬКО МОЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	18,0	6,3	34,7	15,9	22,1	14,1	30,9	15,5
ДРУГОЕ/ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	7,2	15,1	8,4	4,2	15,7	16,8	5,7	8,3

Таблица 3.11. Осознание рисков и доходности при выборе финансовых продуктов, сравнительные данные по целевым группам Программы

Сравнительные данные по целевым группам Программы.

<u>Связь рисков и доходности банковских продуктов</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
<i>РИСК И ДОХОДНОСТЬ НИКАК НЕ СВЯЗАНЫ</i>	19,2	20,3	22,2	10,4	11,3	9,7	15,8	10,2
<i>ЧЕМ ВЫШЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ</i>	21,6	35,9	12,6	22,6	10,3	23,2	15,1	20,9
<i>ЧЕМ НИЖЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ</i>	46,7	36,5	55,1	56,7	47,1	41,6	59,4	54,7
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	12,6	7,3	10,2	10,4	31,4	25,4	9,7	14,2

Таблица 3.12. Оценка рисков при высокой ставке по депозиту /вкладу, сравнительные данные по целевым группам Программы
Сравнительные данные по целевым группам Программы.

<u>Сравнение альтернативных предложений прежде чем брать кредит</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ		ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ		ПЕНСИОНЕРЫ		АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
<i>СТАВКА 3-5%</i>	4,2	8,9	9,0	14,6	4,4	8,6	5,8	10,9
<i>СТАВКА 6-9%</i>	17,4	19,3	24,0	32,3	16,2	25,9	13,7	24,8
<i>СТАВКА ВЫШЕ 10 %</i>	62,9	76,0	68,9	61,0	58,8	71,9	70,5	69,9
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	22,2	2,6	8,4	11,6	30,4	5,9	19,8	7,0