

ОТЧЕТ

**ПО ПРОВЕДЕНИЮ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ОЦЕНКЕ
ИНДИКАТОРОВ
ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ЗА 2022
ГОД**

ЗАКАЗЧИК:

**Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Институт современного образования»**

ИСПОЛНИТЕЛЬ:

**СЕБРОВСКАЯ ЛЮДМИЛА ОЛЕГОВНА, ИП
Исследовательская группа «Полстер»**



СОДЕРЖАНИЕ

1. Технические данные и описание исследования.....стр.2
2. Основные выводы. Доли/индикаторы реализации Государственной программы «Эффективные финансы» (Подпрограммы 4 «Содействие формированию финансово грамотного поведения, повышению качества финансовых услуг и поддержка инициативных проектов»).....стр.5
3. Субъективное восприятие финансовой грамотности населением. Узнаваемость мероприятий Программы а также публикаций в СМИ и социальных сетях.....стр.7
4. Отношение к сберегательным стратегиям и инструментам. 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.....стр.14
5. Знание финансовых услуг, активные, пассивные и потенциальные пользователи. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, осознающих соотношение «рисков - вознаграждение» при выборе финансовых продуктов.....стр.18
6. Отношение к кредитованию, облигациям и депозитам. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, сравнивающих альтернативные предложения, прежде чем брать кредит.....стр.24
7. Финансовая безопасность, понимание личной ответственности. 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.....стр.28

1. Технические данные и описание исследования.

Исследование по оценке индикаторов финансовой грамотности за 2022 год проведено в декабре 2022 года в рамках Технического задания.

Цель исследования: Оценить узнаваемость Программы Министерства Финансов Калининградской по финансовой грамотности среди жителей Калининградской области, а также степень выполнения показателей (индикаторов), включенных в Государственную программу "Эффективные финансы" (Подпрограмму 4 "Содействие формированию финансово грамотного поведения, повышению качества финансовых услуг и поддержка инициативных проектов") утвержденную постановлением Правительства Калининградской области от 29.12.2021 №855 (далее – Программа).

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. Четыре целевые аудитории (учащиеся школьного возраста и студенты, активные и потенциальные потребители финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов; предпринимателей, представителей малого и среднего бизнеса, населения старшего (пенсионного) возраста). Выборка составила 1005 респондентов, жителей Калининградской области.

Методология проведения исследования:

Количественный опрос, поиск респондентов проводился микс-методом, включая личный опрос по квотированной выборке и анкетирование респондентов с использованием сети интернет. Личное интервью - 200 респондентов в возрасте 16-78 лет. Анкеты через интернет заполнили 805 респондентов. В ходе опроса проводилась стратификация по месту проживания респондентов. Массив данных, собранных через интернет, взвешен в соответствии с заданными целевыми группами и квотами.

Территория проведения опроса – Калининградская область, в том числе город Калининград, малые города и поселки. Допустимая ошибка выборки 2,5% при доверительной вероятности 0,95.

Таблица 1.1. Доля и число опрашиваемых по социально-демографическим характеристикам

КАТЕГОРИЯ	ГРУППА	% ОТ ВЫБОРКИ	ЧИСЛО РЕСПОНДЕНТ ОВ
ПОЛ РЕСПОНДЕНТА	МУЖЧИНЫ	49	493
	ЖЕНЩИНЫ	51	512
ВОЗРАСТ РЕСПОНДЕНТА	16-20 ЛЕТ	12,5	125
	21-28 ЛЕТ	18,7	188
	29-39 ЛЕТ	21,6	217
	40-54 ЛЕТ	21,1	212
	55-60 ЛЕТ	14,4	145
	61 ГОД И СТАРШЕ	11,8	118
СОЦИАЛЬНО- ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ	СТУДЕНТ/УЧАЩИЙСЯ	16,4	165
	ПЕНСИОНЕР (В ТОМ ЧИСЛЕ РАБОТАЮЩИЙ ПЕНСИОНЕР)	12,4	124
	ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ (ИП, ЧП, ООО, СЕТЕВОЙ БИЗНЕС, САМОЗАНЯТЫЙ, РАБОТАЮ НА СЕБЯ)	14,1	141
	РАБОТНИК БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЫ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИЛИ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ СЛУЖАЩИЙ	33,4	336
	НАЕМНЫЙ РАБОТНИК ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ	19,4	195
	ДОМОХОЗЯЙКА (В ТОМ ЧИСЛЕ УХОД ЗА РЕБЕНКОМ)	2,0	20
	ВРЕМЕННО НЕРАБОТАЮЩИЙ	2,3	24
МЕСТО ПРОЖИВАНИЯ	КАЛИНИНГРАД	44,4	446
	МАЛЫЕ ГОРОДА	44,0	442
	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ	11,7	117

2. Основные выводы. Доли/индикаторы реализации Государственной программы «Эффективные финансы» (Подпрограммы 4 «Содействие формированию финансово грамотного поведения, повышению качества финансовых услуг и поддержка инициативных проектов»).

Как показывают данные исследования по итогам 2022 года, большинству индикаторов свойственна положительная динамика. Люди стали более критично относиться к своему финансовому поведению, около 40% осознает свою личную ответственность при совершении ошибочных действий при выборе завышенной депозитной ставки. Более 95% респондентов демонстрируют правильное поведение при столкновении с мошенническими действиями в отношении личной информации, банковских карт.

86,6% жителей региона знают, куда обращаться в случае нарушения прав потребителей финансовых услуг.

Около 85% респондентов от числа пользующихся кредитами или рассматривающих для себя кредиты, сравнивают предложения банков.

84,7% опрошенных правильно ответили на вопрос об опасной процентной ставке по вкладам и депозитам.

Около 90% жителей области осознают важность создания финансовой подушки безопасности. По этому показателю доля несколько снизилась по сравнению с прошлыми данными исследований. Основной аргумент – снижение уровня дохода в целом, выросло число людей, у кого не может делать сбережения.

Мы видим рост узнаваемости мероприятий Программы в целом, так и отдельных PR-проектов в открытых медиа-источниках (социальные сети, сайт программы, публикации в СМИ).

Более активно жители Калининградской области стали пользоваться такими финансовыми инструментами как ИИС, ПИФы, облигации. Растет и информированность, и доверие этим финансовым инструментам.

Безусловно, общественно-политическая ситуация 2022 года наложила свой отпечаток на финансовое поведение калининградцев. Люди снимали свои сбережения, иногда досрочно расторгли договора по депозитам, приостановили свои намерения в отношении кредитования или крупных приобретений, перераспределили приоритеты в отношении источников целевого инвестирования и другое. Впоследствии, ближе к концу года, доверие финансовым институтам и пользование услугами вернулось на свои прежние позиции, и в целом к концу года не претерпело серьезных изменений.

Таблица 2. ОЦЕНКА ИНДИКАТОРОВ ПРОГРАММЫ

ИНДИКАТОР ПРОГРАММЫ	%, ДОЛЯ
<p>ДОЛЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫХ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ, ОСОЗНАЮЩИХ СООТНОШЕНИЕ «РИСКОВ-ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ» ПРИ ВЫБОРЕ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ</p>	<p>62,9% ПРАВИЛЬНО ОТВЕТИЛИ ПРО СООТНОШЕНИЕ РИСКОВ И ВЫГОД ПРИ ВЫБОРЕ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ</p> <p>84,7% - ПОНИМАЮТ ОПАСНУЮ ПРОЦЕНТНУЮ СТАВКУ ПО ДЕПОЗИТАМ</p>
<p>ДОЛЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫХ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ, СРАВНИВАЮЩИХ АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ПРЕЖДЕ ЧЕМ БРАТЬ КРЕДИТ</p>	<p>69,7% ОТ ВСЕХ РЕСПОНДЕНТОВ СРАВНИВАЮТ КРЕДИТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ</p> <p>85,3% СРАВНИВАЮТ КРЕДИТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТ ЧИСЛА БЕРУЩИХ КРЕДИТЫ</p>
<p>ДОЛЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫХ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ, ЗНАЮЩИХ О ТОМ, КАКИЕ ДЕЙСТВИЯ АДМИНИСТРАТИВНОГО И ЮРИДИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА НУЖНО ПРЕДПРИНЯТЬ В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ИХ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СО СТОРОНЫ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ</p>	<p>86,6% - ЗНАЮТ, КУДА ОБРАЩАТЬСЯ В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СО СТОРОНЫ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (НАЗВАЛИ ХОТЯ БЫ ОДНУ ИНСТАНЦИЮ)</p>
<p>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</p>	<p>89,4% - ПОНИМАЮТ ВАЖНОСТЬ ФИНАНСОВОГО БУФЕРА</p>
<p>ДОЛЯ ЛЮДЕЙ, ОСОЗНАЮЩИХ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ДАННЫХ СВОЕЙ БАНКОВСКОЙ КАРТЫ И ПРАВИЛЬНО ПОСТУПАЮЩИХ В ПРОВОКАЦИОННОЙ СИТУАЦИИ СО СТОРОНЫ ФИНАНСОВЫХ МОШЕННИКОВ</p>	<p>95,6% - НЕ НАЗОВУТ ПОСТОРОННИМ ЛЮДЯМ КОДЫ CRV, SVC</p>

3. Субъективное восприятие финансовой грамотности населением. Узнаваемость мероприятий Программы а также публикаций в СМИ и социальных сетях.

КАК ИЗМЕНИЛОСЬ МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ВАШЕЙ СЕМЬИ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД? (ОДИН ОТВЕТ)

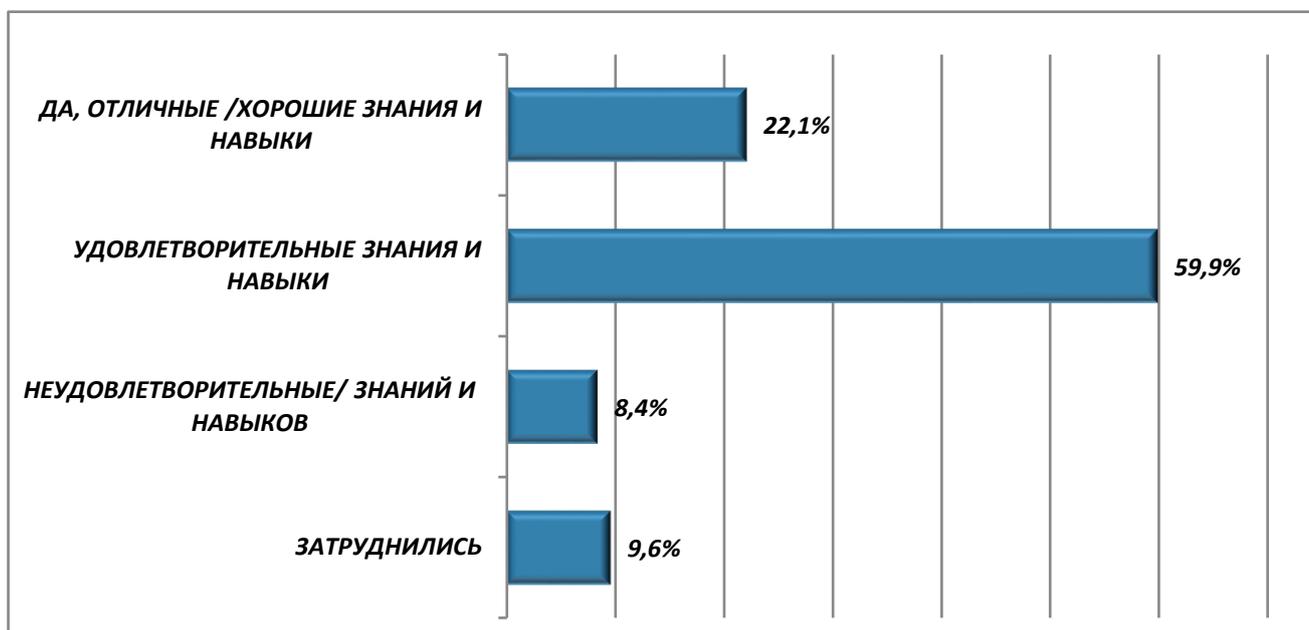
График 1.



На основании данных этого вопроса была выделена одна из целевых групп реализации Программы – люди с низким и средним уровнем доходов (60,7% от числа опрошенных – те, кто ответил, что материальное положение за последний год изменилось в худшую сторону ли осталось без изменений). В таблицах данные по этим респондентам приводятся как одна из целевых групп программы.

СКАЖИТЕ, ВЫ СЧИТАЕТЕ СЕБЯ ФИНАНСОВО ГРАМОТНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ? (ОДИН ОТВЕТ)

График 2



82% респондентов субъективно оценили свои финансовые знания и навыки на хорошем и среднем уровне. Более 61% домохозяйств ведут (так или иначе) учет своих финансов, и еще около трети респондентов ответили, что есть общее понимание трат и поступлений. В целом лишь около 5% калининградцев никак не учитывают свои финансы.

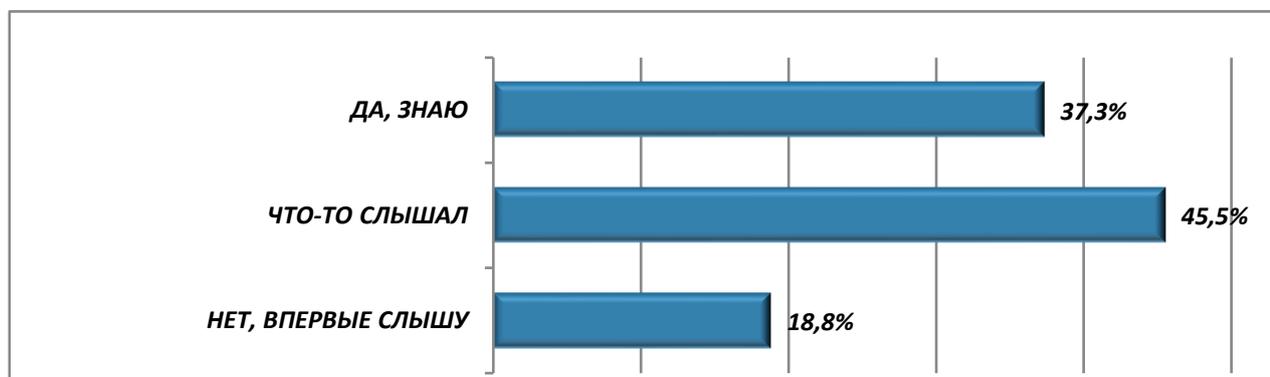
СКАЖИТЕ, ВЫ САМИ ИЛИ КТО-ТО В ВАШЕЙ СЕМЬЕ ВЕДЕТ УЧЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ СЕМЬИ? (ОДИН ОТВЕТ)

График 3



СКАЖИТЕ, ВЫ ЗНАЕТЕ О ТОМ, ЧТО В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ РЕАЛИЗУЕТСЯ ПРОГРАММА ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ? (ОДИН ОТВЕТ)

График 4.



Более 80% опрошенных ответили, что информированы о реализации Программы, при этом 37,3% - твердо знают о ней или 45,5% что-то слышали.

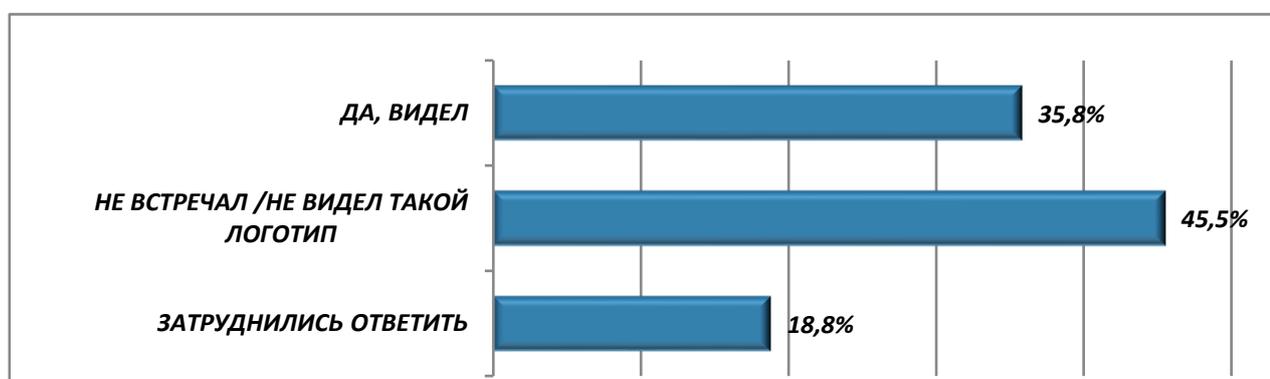
Узнаваемость бренда Программы составляет 36%.

Около трети жителей региона видели сайт Программы, знают его, и хотя бы один раз пользовались.

23,3% респондентов сталкивались с информацией о Программе в соцсетях, потенциал роста аудитории можно отметить высоким, так как 19% респондентов ответили, что хотели бы посещать группы с информацией о Программе и ее мероприятиях.

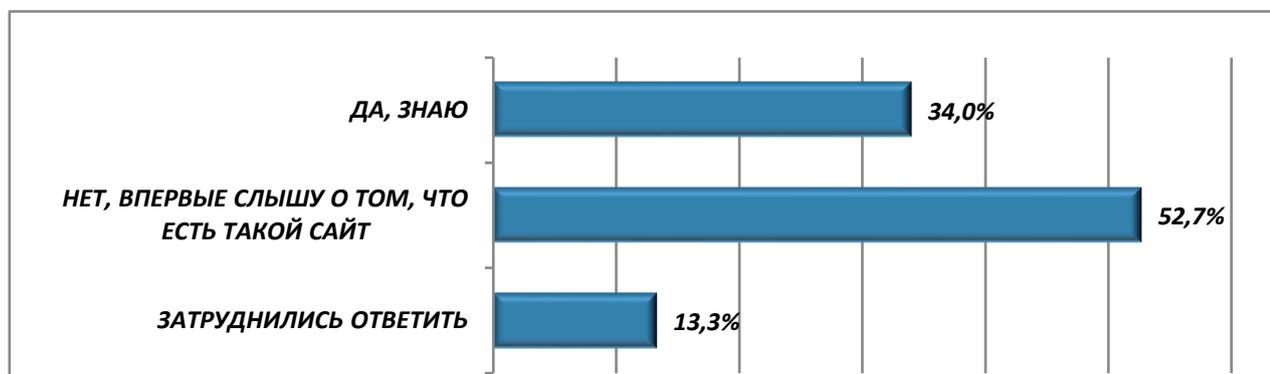
ПОСМОТРИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ВЫ ВИДЕЛИ ГДЕ-ЛИБО ТАКОЙ ЛОГОТИП ПРОГРАММЫ? (респондентам демонстрировался логотип Программы)

График 5.



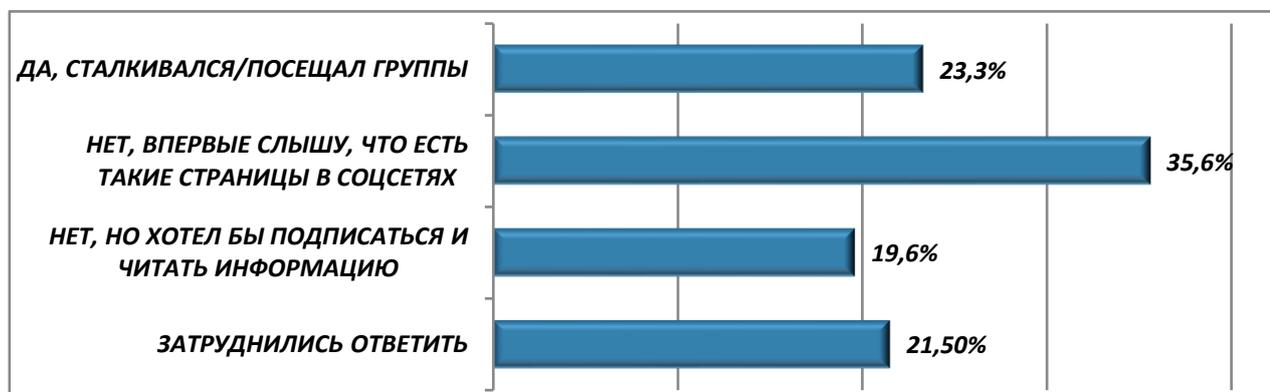
СЛЫШАЛИ ЛИ ВЫ О САЙТЕ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ [HTTPS://WWW.FINGRAM39.RU](https://www.fingram39.ru) (ПОКАЗАНА КАРТИНКА САЙТА И НАЗВАНИЕ)

График 6.



СТАЛКИВАЛИСЬ ЛИ ВЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (ВК, ОК, ТЕЛЕГРАММ, ЯНДЕКС ДЗЕН) СО СТРАНИЦАМИ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ? (ДЕМОНСТРИРОВАЛОСЬ ИЗОБРАЖЕНИЕ ЛОГОТИПА)¹

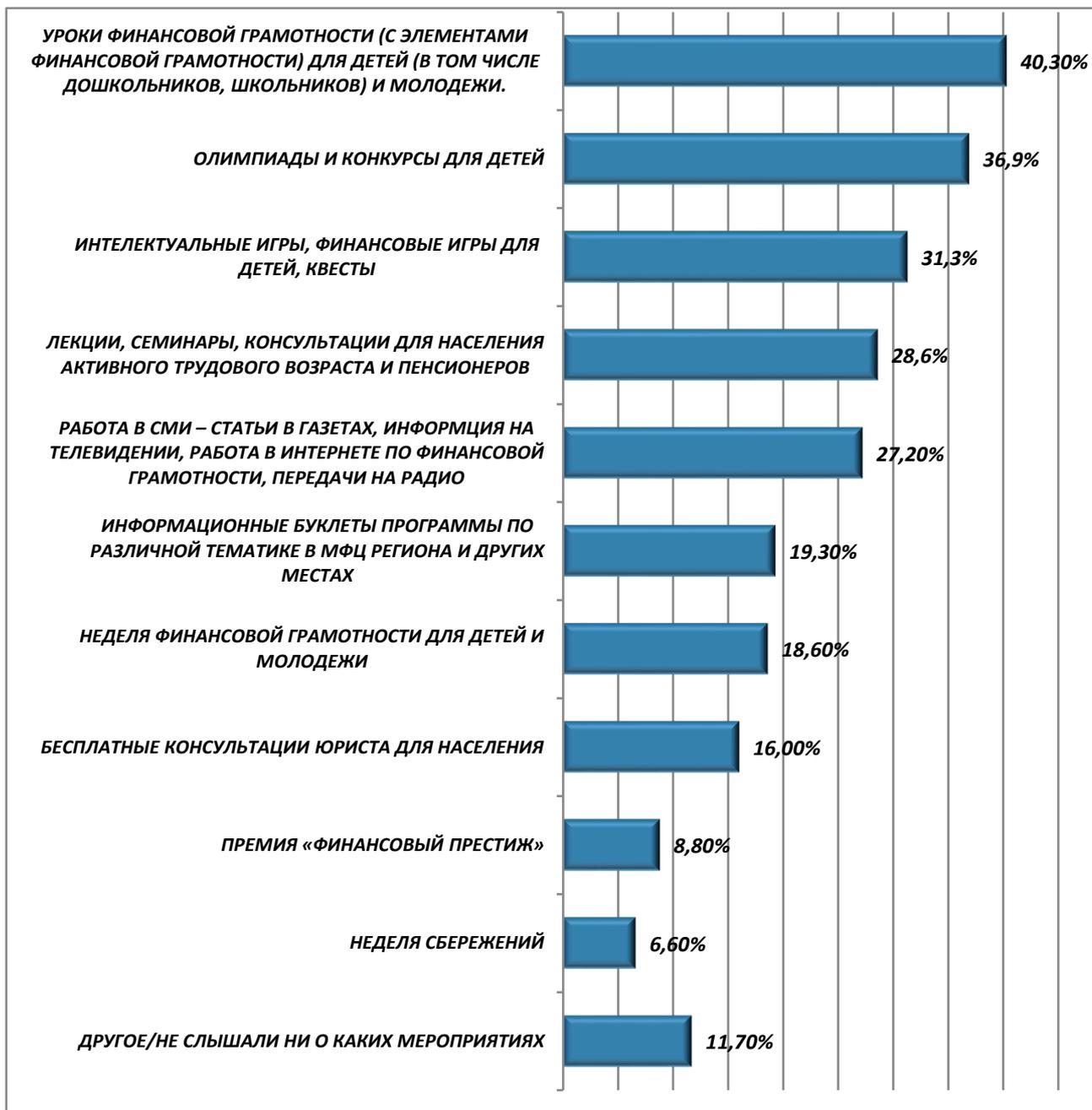
График 7.



¹ Затруднились с ответом респонденты, кто не пользуется социальными сетями/интернетом/не смотрит региональные сайты

СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, О КАКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ВЫ СЛЫШАЛИ? (МОЖНО ОТВЕТИТЬ НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ОТВЕТОВ)

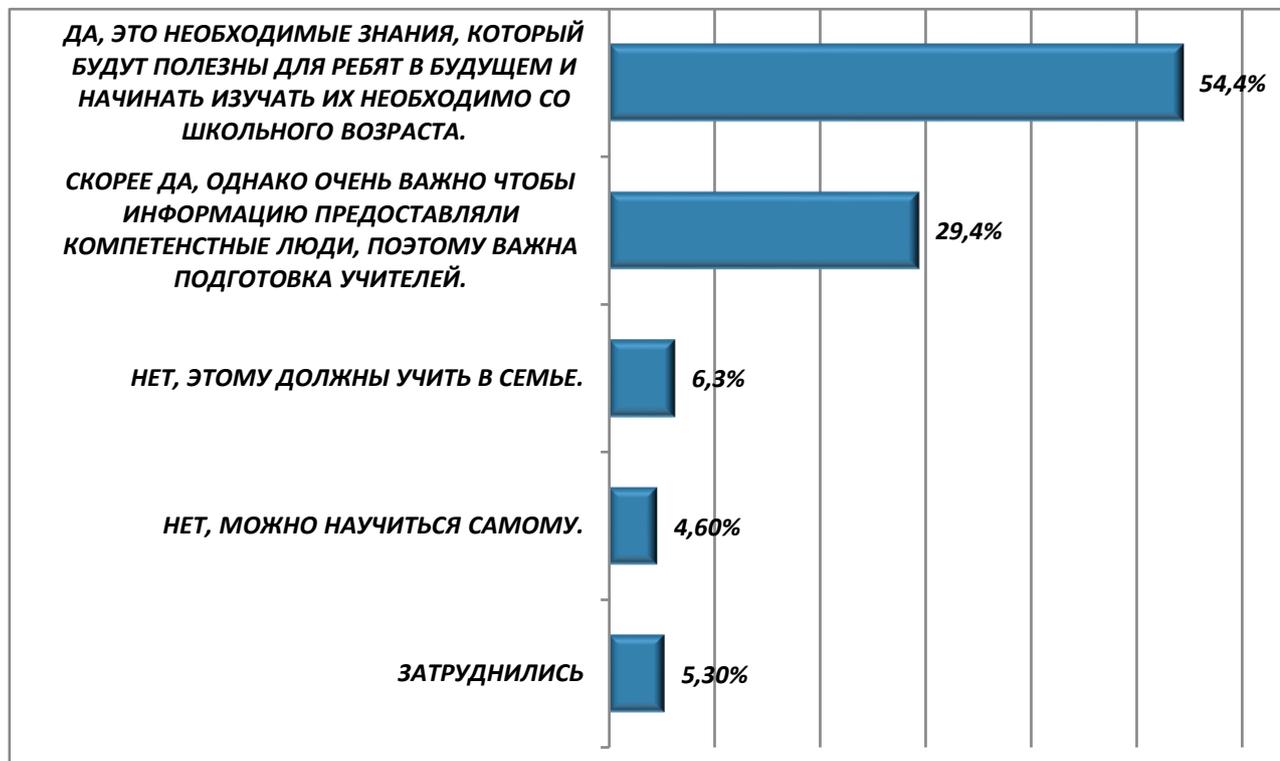
График 8. На графике приводится кумулятивный процент ответов респондентов



Интересные данные мы получили при выяснении узнаваемости мероприятий Программы с подсказкой (по карточке). Только 11,7% респондентов не слышали ни об одном мероприятии Программы. Однако при обобщающем вопросе знание программы несколько ниже. Порядка 8% респондентов не ассоциируют мероприятия с самой Программой и рассматривают их как самостоятельные проекты.

С 2022 УЧЕБНОГО ГОДА «ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ» ЭЛЕМЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ВОШЛИ В ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ШКОЛЬНЫЕ ПРЕДМЕТЫ С 1 ПО 9 КЛАСС. КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ НЕОБХОДИМО ЛИ ДЕТЯМ ИЗУЧАТЬ ВОПРОСЫ, КАСАЮЩИЕСЯ ФИНАНСОВ?

График 9.



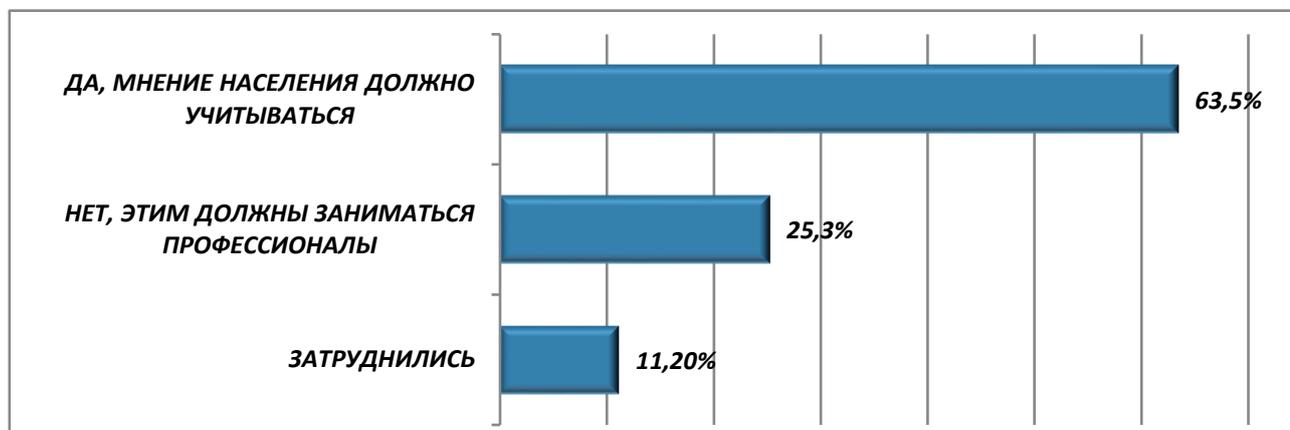
Чуть более 54% респондентов однозначно выступают за уроки финансовой грамотности в рамках школьной программы. Еще 29,4% отмечают важность подготовки педагогического состава при ведении этого курса.

Вопрос об участии населения в обсуждении вопросов бюджета и распределении бюджетных средств поддержали более 63% респондентов. Каждый четвертый житель региона считает, что этм должны заниматься профессионалы.

В проектах по инициативному бюджетированию готовы участвовать 32% жителей области, и еще около 43% готовы присоединиться к обсуждению, если это не потребует больших временных затрат. Что указывает на активную позицию населения в вопросе распределения бюджетных средств.

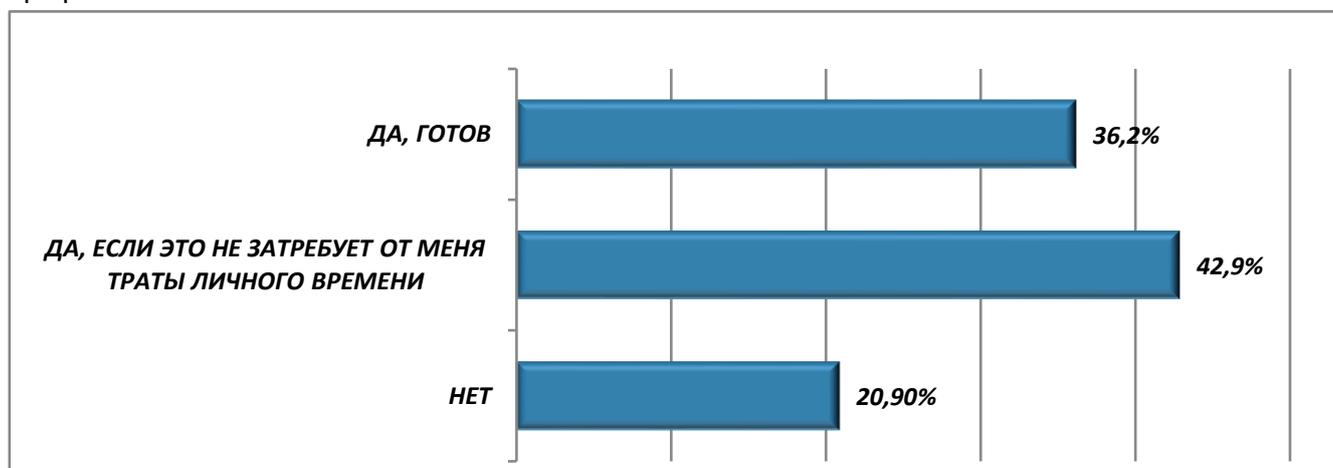
ВОПРОС 16. КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ НЕОБХОДИМО ЛИ УЧАСТИЕ НАСЕЛЕНИЯ В РЕШЕНИИ ВОПРОСОВ О РАСХОДОВАНИИ ЧАСТИ БЮДЖЕТА РЕГИОНА?

График 10.



ГОТОВЫ ЛИ ВЫ УЧАСТВОВАТЬ В ПРОЕКТЕ ИНИЦИАТИВНОЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ, КОТОРОЕ ПРЕДПОЛАГАЕТ УЧАСТИЕ НАСЕЛЕНИЯ В ВЫБОРЕ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАСХОДОВАНИЯ БЮДЖЕТА НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА, ГДЕ ВЫ ПРОЖИВАЕТЕ?

График 11.

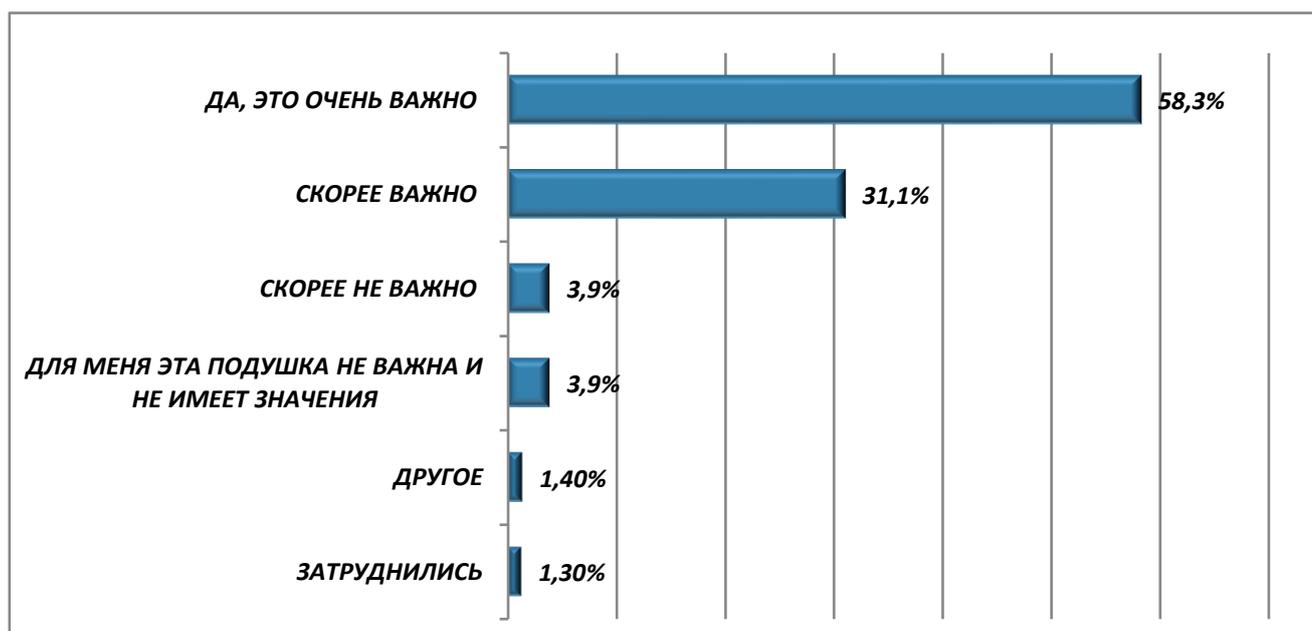


4. Отношение к сберегательным стратегиям и инструментам. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, понимающих важность наличия "финансового буфера" на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций.

Как мы уже отмечали выше, почти 90% жителей Калининградской области осознают важность создания финансового буфера для себя и своей семьи. Фактически в личных домохозяйствах 40% уже занимается стратегией сбережений, и еще 15% планируют начать откладывать деньги. Около 30% респондентов морально готовы к сбережениям, но отмечают отсутствие свободных средств.

ВАЖНО ЛИ, НА ВАШ ВЗГЛЯД, СОЗДАВАТЬ ФИНАНСОВУЮ "ПОДУШКУ БЕЗОПАСНОСТИ" ДЛЯ СЕБЯ И СВОЕЙ СЕМЬИ НА СЛУЧАЙ КРИЗИСА И ДРУГИХ НЕПРИЯТНЫХ СИТУАЦИЙ? (ОДИН ОТВЕТ)

График 12.



СКАЖИТЕ, ВЫ ИЛИ ВАША СЕМЬЯ ОТКЛАДЫВАЕТЕ ДЕНЬГИ ПРО ЗАПАС, ЗАНИМАЕТЕСЬ СБЕРЕЖЕНИЯМИ, ВКЛАДАМИ? (ОДИН ОТВЕТ)

График 13.



В качестве основных мотивов сбережений сейчас выступают «на всякий случай» и «формирование подушки безопасности» - об этом говорит каждый третий респондент. Около 22% формируют свои накопления на ремонт жилья или отдых.

18% респондентов копят на образование. И столько же респондентов ответили, что откладывает деньги на покупку необходимых товаров (вещи, мебель и пр.)

Совсем не откладывают деньги 13% жителей области.

СКАЖИТЕ, ДЛЯ КАКИХ ЦЕЛЕЙ ВЫ ИЛИ ВАША СЕМЬЯ ОТКЛАДЫВАЕТ ДЕНЬГИ ИЛИ СОБИРАЕТСЯ НАЧАТЬ КОПИТЬ? (ДЛЯ ТЕХ, КТО УЖЕ ОТКЛАДЫВАЕТ ИЛИ ПЛАНИРУЕТ - ВСЕ ОТВЕТЫ)

График 14

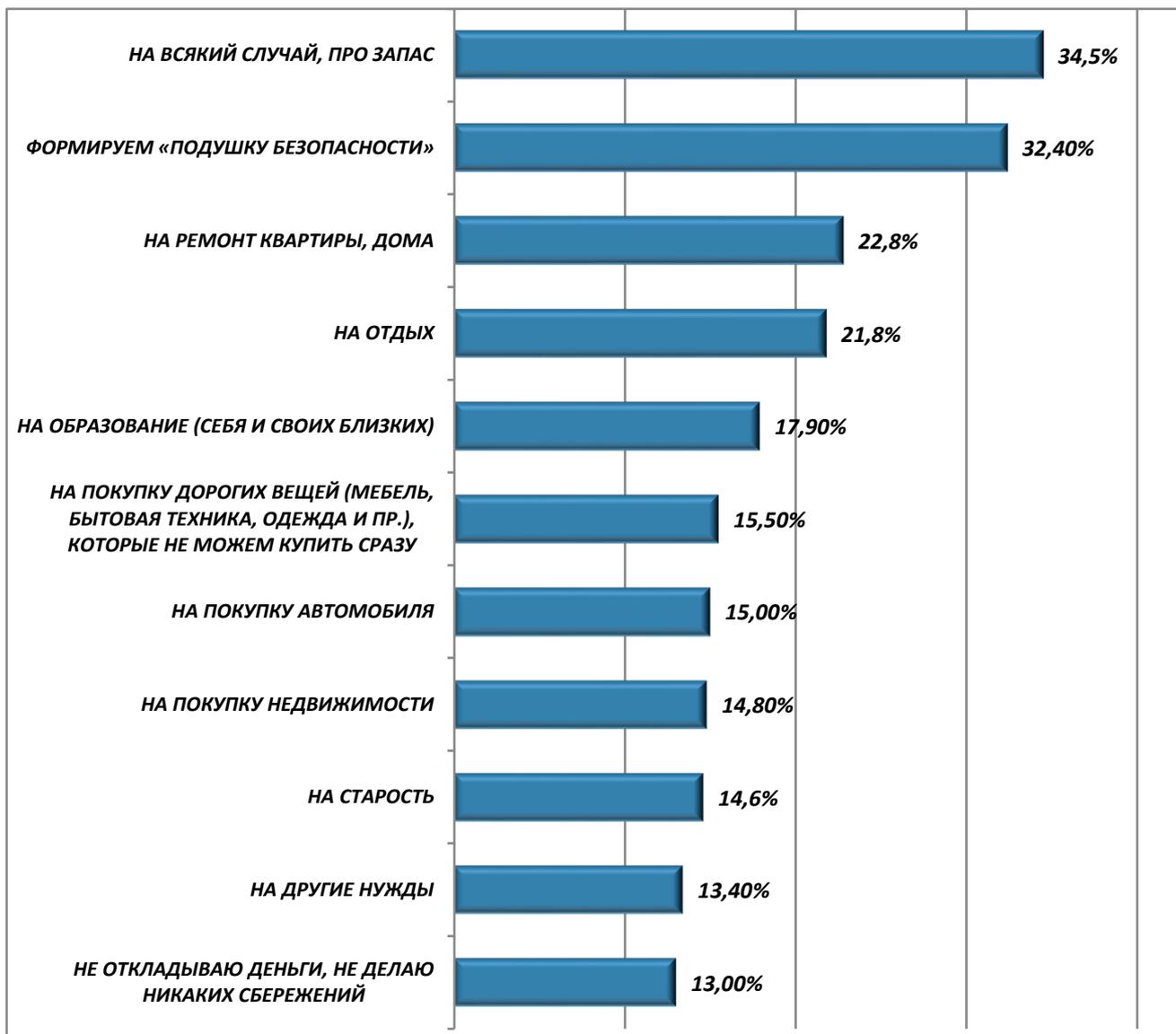


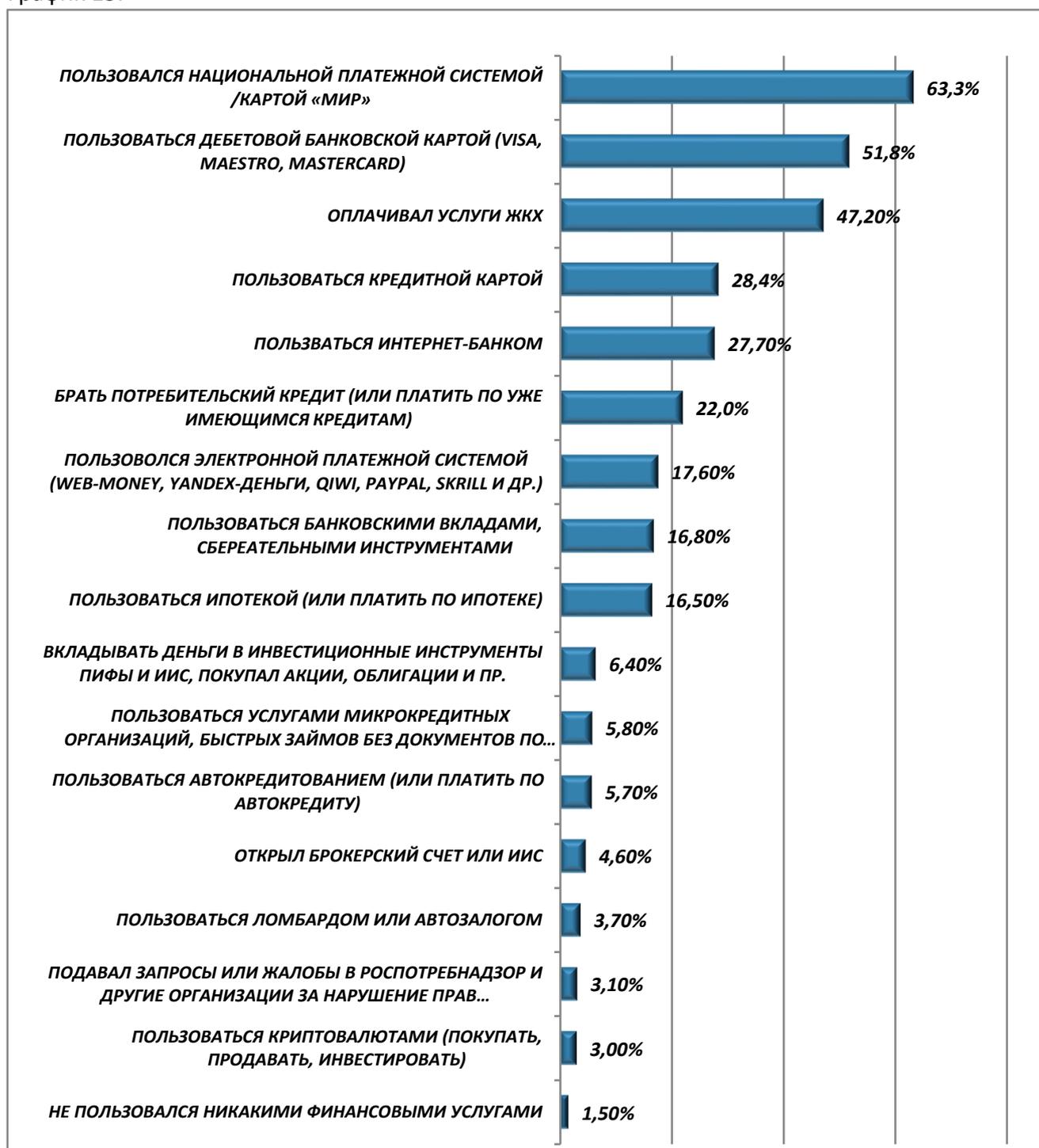
Таблица 3. СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ДАННЫЕ ПО ЛИЧНЫМ СБЕРЕГАТЕЛЬНЫМ СТРАТЕГИЯМ В РАЗРЕЗЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

Категории/ Стратегии сбережений	Пенсионеры	Учащиеся/студенты	Предприниматели	Люди с низким и средним уровнем доходов
Доли людей, осознающих важность финансового буфера на случай чрезвычайных жизненных ситуаций (важно/скорее важно создавать финансовую подушку)	91%	89,7%	83,9%	87,4%
Формируем «Подушку безопасности»	25,8%	42,4%	43,3%	31,1%
На всякий случай, про запас	21,8%	57,9%	20,6%	28,5%
Откладываем деньги на старость	33,9%	1,8%	3,5%	16,6%
Копим на отдых	10,5%	26,8%	19,1%	17,7%
На ремонт квартиры, дома	16,0%	27,9%	12,8%	19,7%
Откладываем на покупку недвижимости	4,8%	14,5%	20,6%	10,3%
Копим на образование (себя и своих близких)	2,4%	25,5%	28,9%	14,4%
Откладываем на покупку автомобиля	6,4%	21,8%	17,7%	12,8%
На покупку дорогих вещей, которые не можем купить сразу (мебель, бытовая техника, одежда и пр.)	6,5%	19,4%	17,0%	15,9%
Не откладываем деньги ни на что	11,3%	8,5%	12,7%	17,4%

5. Знание финансовых услуг, активные, пассивные и потенциальные пользователи. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, осознающих соотношение «рисков - вознаграждение» при выборе финансовых продуктов

СКАЖИТЕ, КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ВАМ ПРИХОДИЛОСЬ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД?

График 15.



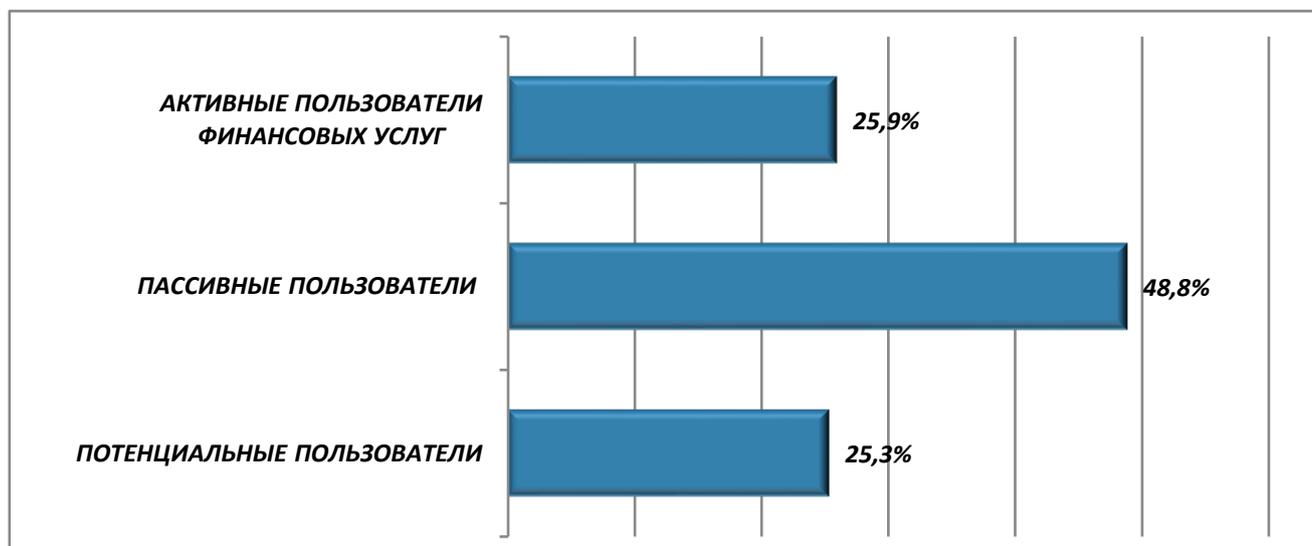
Активность населения в отношении пользования услугами финансовых организаций находится на среднем уровне. По некоторым услугам доли пользователей несколько ниже, чем в прошлые годы (депозиты, потребкредитование, кредитные карты). Для настоящего времени характерно осторожное отношение и к финансам, и к банковским продуктам. Несколько выросла доля экспресс-кредитов в микрокредитных организациях, что обусловлено нехваткой денег на повседневные нужды и потребностью «перехватить до зарплаты». Стабильный рост доли пользователей отмечается в отношении двух услуг – платежной системы МИР и ипотечного кредитования (в основном за счет выполнения обязательств по ранее выданным кредитам).

Нами были выделены три основные доли пользователей – активные (пользуются шестью и более финансовыми услугами), пассивные (три-пять услуг), и потенциальные – те, кто не пользуется совсем или пользуется услугами неактивно.

В целом охват такого банковского продукта как пластиковые карты (депозитные, зарплатные, кредитные) находится на очень высоком уровне – 96,5% респондентов пользуется хотя бы одной картой.

ДОЛИ АКТИВНЫХ, ПАССИВНЫХ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ²

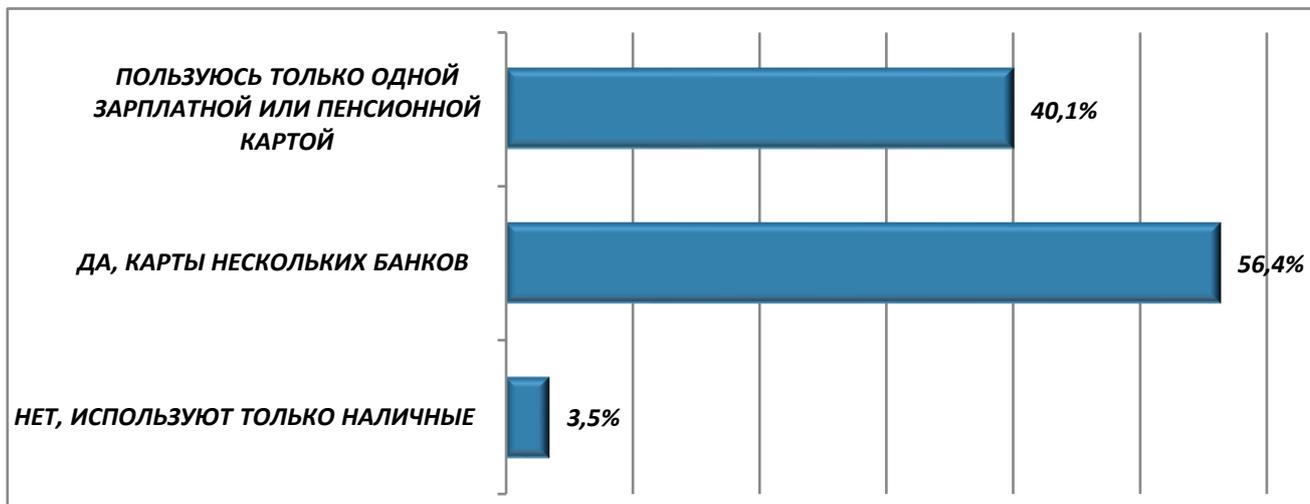
График 16.



² Выведены на основании корреляций вопроса о пользовании финансовыми услугами: Использовали шесть и более финансовых услуг – активные пользователи; от трех до пяти финансовых услуг – пассивные пользователи; Не пользовались никакими услугами, либо пользовались одной-двумя услугами – потенциальные пользователи

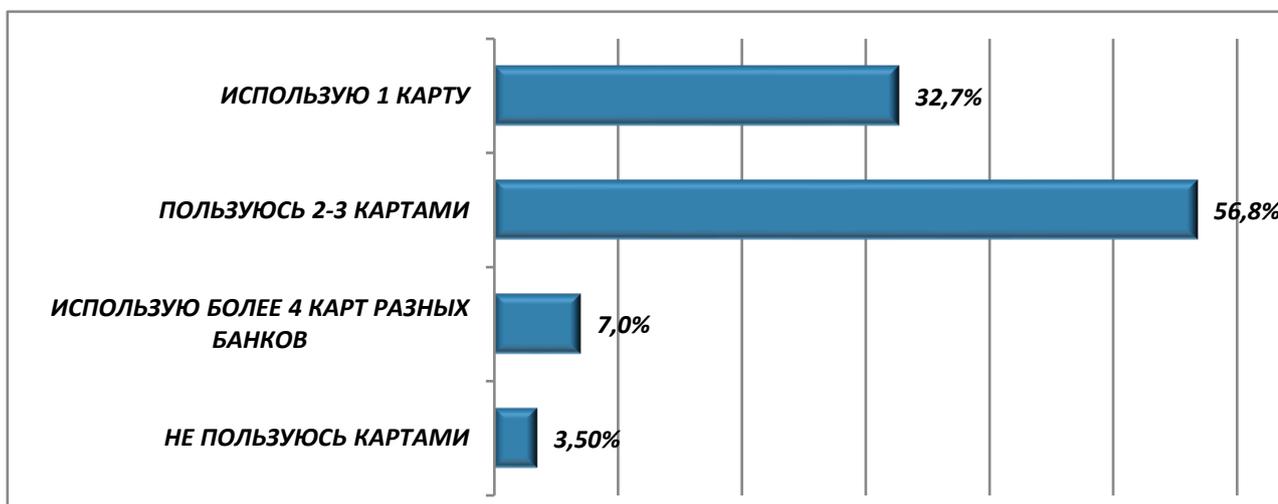
ПОЛЬЗУЕТЕСЬ ЛИ ВЫ БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ?

График 17.



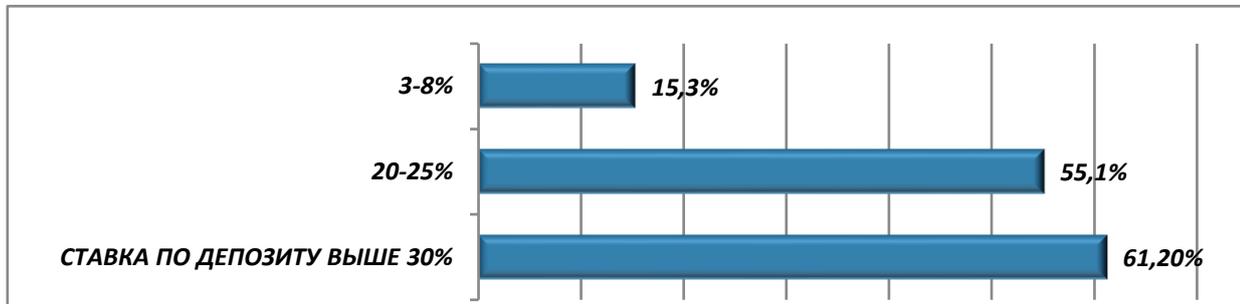
КАРТАМИ СКОЛЬКИХ БАНКОВ ВЫ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ?

График 18.



КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, КАКАЯ ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА ПО БАНКОВСКОМУ ВКЛАДУ ИЛИ ДЕПОЗИТУ МОЖЕТ БЫТЬ ОПАСНОЙ ДЛЯ ВАС КАК ПОТРЕБИТЕЛЯ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, НЕСЕТ ОПРЕДЕЛЕННЫЕ РИСКИ? (ВОЗМОЖНО НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ)

ГРАФИК 19.



ВЫБЕРИТЕ УТВЕРЖДЕНИЕ, КОТОРОЕ, С ВАШЕЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ, ЯВЛЯЕТСЯ ВЕРНЫМ. КАК СВЯЗАНЫ ДОХОДНОСТЬ И РИСК ПРИ ВЛОЖЕНИИ ДЕНЕГ НА БАНКОВСКИЕ СЧЕТА, В АКЦИИ, ОБЛИГАЦИИ, И ПР.

График 20.

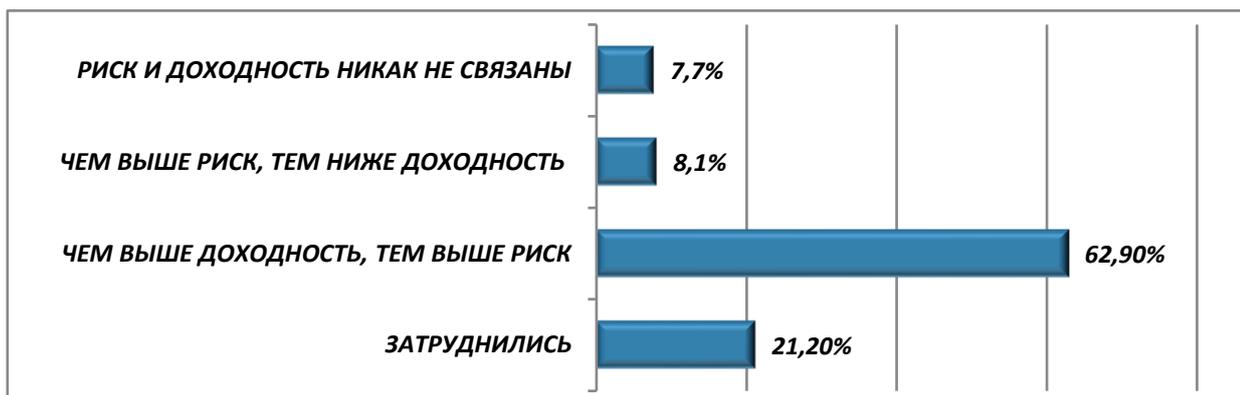
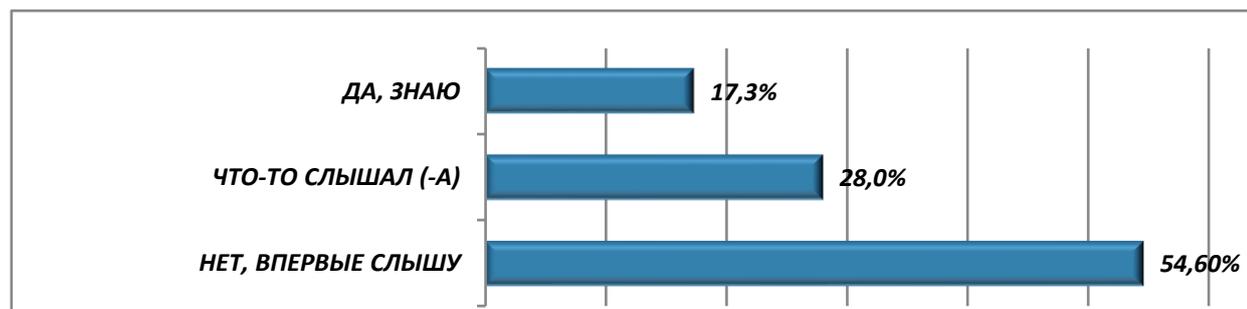


Таблица 4. СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ДАННЫЕ ПО ОЦЕНКЕ РИСКОВ И ВЫГОД ПРИ ВЫБОРЕ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ В РАЗРЕЗЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

Категории/ Стратегии сбережений	Пенсионеры	Учащиеся/студенты	Предприниматели	Люди с низким и средним уровнем доходов
Доли людей, правильно назвавших опасную процентную ставку по вкладу или депозиту, несущую определенные риски для потребителя финансовых услуг	93,6%	78,8%	88,7%	86,4%
Доля людей, осознающих опасность завышенной доходности по депозитам (чем выше доходность, тем выше риск)	60,0%	58,4%	68,1%	65,7%

СКАЖИТЕ, СЛЫШАЛИ ЛИ ВЫ О ТОМ, ЧТО В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ПРОВОДИТСЯ ПЕРВАЯ И ПОКА ЕДИНСТВЕННАЯ В РОССИИ МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ «ФИНАНСОВЫЙ ПРЕСТИЖ» СРЕДИ БАНКОВ, СТРАХОВЫХ И ИНВЕСТИЦИОННЫХ КОМПАНИЙ –ПРЕМИЯ ВРУЧАЕТСЯ ФИНАНСОВЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ НАРОДНОГО ГОЛОСОВАНИЯ, КОНТРОЛЬНЫХ ПРОВЕРОК И НЕЗАВИСИМЫХ ОЦЕНОК ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА (ПОКАЗАТЬ ЛОГОТИП И ССЫЛКУ НА САЙТ ФИНПРЕСТИЖ.РФ).

График 21.

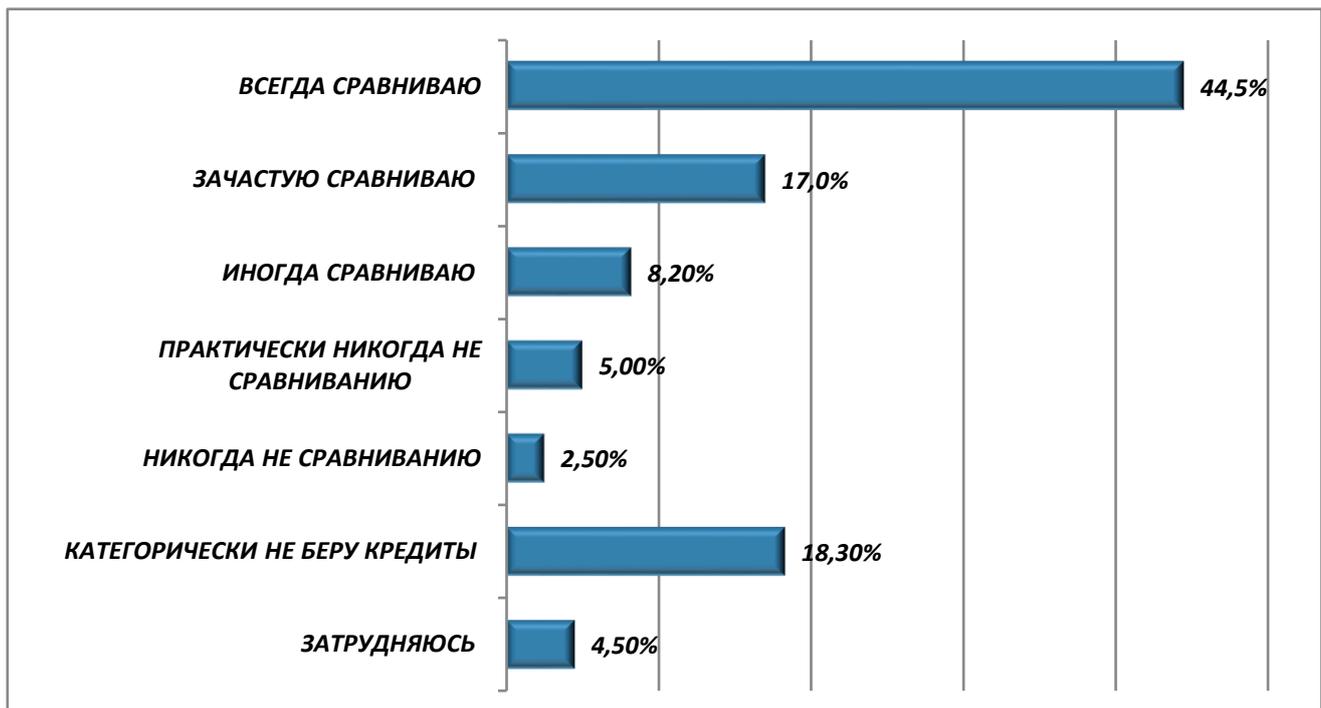


Почти 45% жителей региона информированы о премии «Финансовый престиж». Мы видим рост узнаваемости этой премии у населения региона.

6. Отношение к кредитованию, облигациям и депозитам. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, сравнивающих альтернативные предложения, прежде чем брать кредит.

ЕСЛИ РАССМАТРИВАТЬ КРЕДИТ В БАНКЕ, ВЫ ОБЫЧНО СРАВНИВАЕТЕ ВАРИАНТЫ (КРЕДИТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ) МЕЖДУ СОБОЙ ПЕРЕД ОКОНЧАТЕЛЬНЫМ РЕШЕНИЕМ? (ОДИН ОТВЕТ)

График 22.



Традиционно этот вопрос позволяет нам определить один из индикаторов реализации Программы. В целом пользование кредитными продуктами несколько снизилось, отсюда и небольшое снижение показателей по этому индикатору. На сегодня сравнивают кредитные предложения 69,7% от числа опрошенных/ 85,3% от числа пользователей кредитными продуктами.

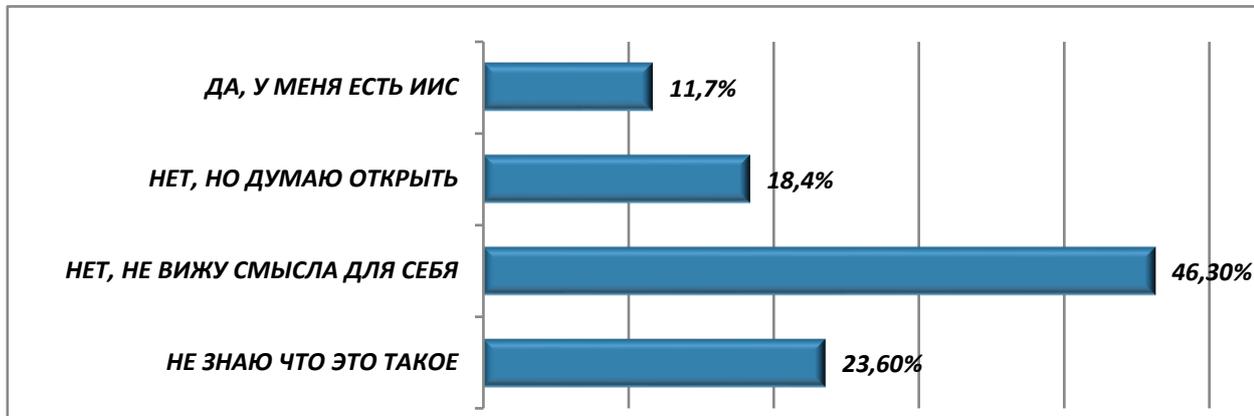
Таблица 5. СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ДАННЫЕ ПО ОЦЕНКЕ КРЕДИТНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ, ПРЕЖДЕ ЧЕМ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КРЕДИТОМ, В РАЗРЕЗЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

Категории/ Стратегии сбережений	Пенсионеры	Учащиеся/студенты	Предприниматели	Люди с низким и средним уровнем доходов
Доли людей, сравнивающих кредитные предложения прежде чем брать кредит (данные от числа всех респондентов)	55,2%	67%	70,5%	63,8%
Доля людей, категорически не берущих кредиты	36,3%	23,9%	19,1%	21,6%
Доля пользователей кредитными продуктами, сравнивающих предложения прежде чем брать кредит ³	86,7%	88,0%	87,1%	81,4%

³ Данные приводятся от числа людей, пользующихся кредитами

СКАЖИТЕ, ОТКРЫТЫ ЛИ У ВАС ИЛИ У ЧЛЕНА ВАШЕЙ СЕМЬИ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ СЧЕТ?

График 23.



Популярность индивидуальных инвестиционных счетов выросла за последние два-три года и сейчас составляет около 12%, потенциал роста – около 18% (те, кто думает открыть). Это говорит о повышении доверия к инструменту ИИС, люди поняли, что это стабильный инвестиционный инструмент.

О возможности региональных облигаций информированы чуть более 28% калининградцев. Основные причины отказа от этого инструмента – недоверие, недостаток информации, сложность.

СКАЖИТЕ ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ О ВОЗМОЖНОСТИ ВЛОЖИТЬ НАКОПЛЕНИЯ ДЛЯ ИХ ПРЕУМНОЖЕНИЯ ВОБЛИГАЦИИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ?

График 24.



ЕСЛИ ВЫ НЕ ОЦЕНИВАЕТЕ ДЛЯ СЕБЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ВЛОЖИТЬ ДЕНЬГИ В ОБЛИГАЦИИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, КАКИЕ ПРИЧИНЫ, ПОЧЕМУ?

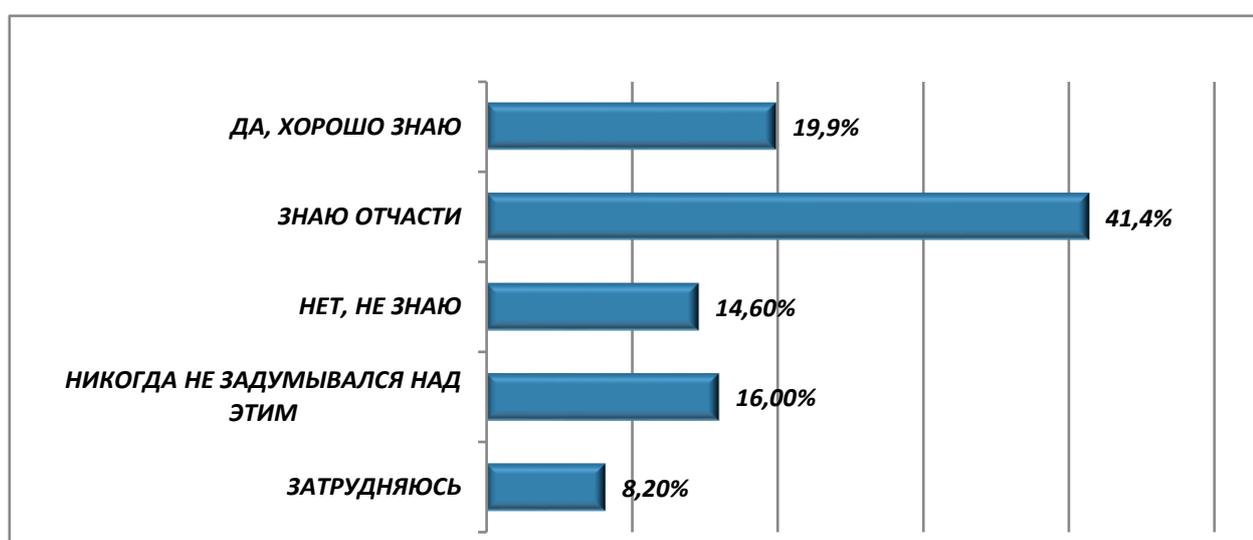
График 25.



7. Финансовая безопасность, понимание личной ответственности. 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

В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ВАШИХ ПРАВ КАК ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГ СО СТОРОНЫ ФИНАНСОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, КАКИЕ ДЕЙСТВИЯ НУЖНО ПРЕДПРИНЯТЬ? (ОДИН ОТВЕТ)

График 26.



Около 61% респондентов ответили, что знают, какие действия нужно предпринять в случае нарушения прав потребителя со стороны финансовых организаций. При этом 86,6% опрошенных назвали хотя бы одну инстанцию, куда можно обратиться.

Личную ответственность при проблемах с финансовыми организациями осознают более 40% респондентов, и более 95% понимают, что такое конфиденциальность личной информации при пользовании пластиковыми картами.

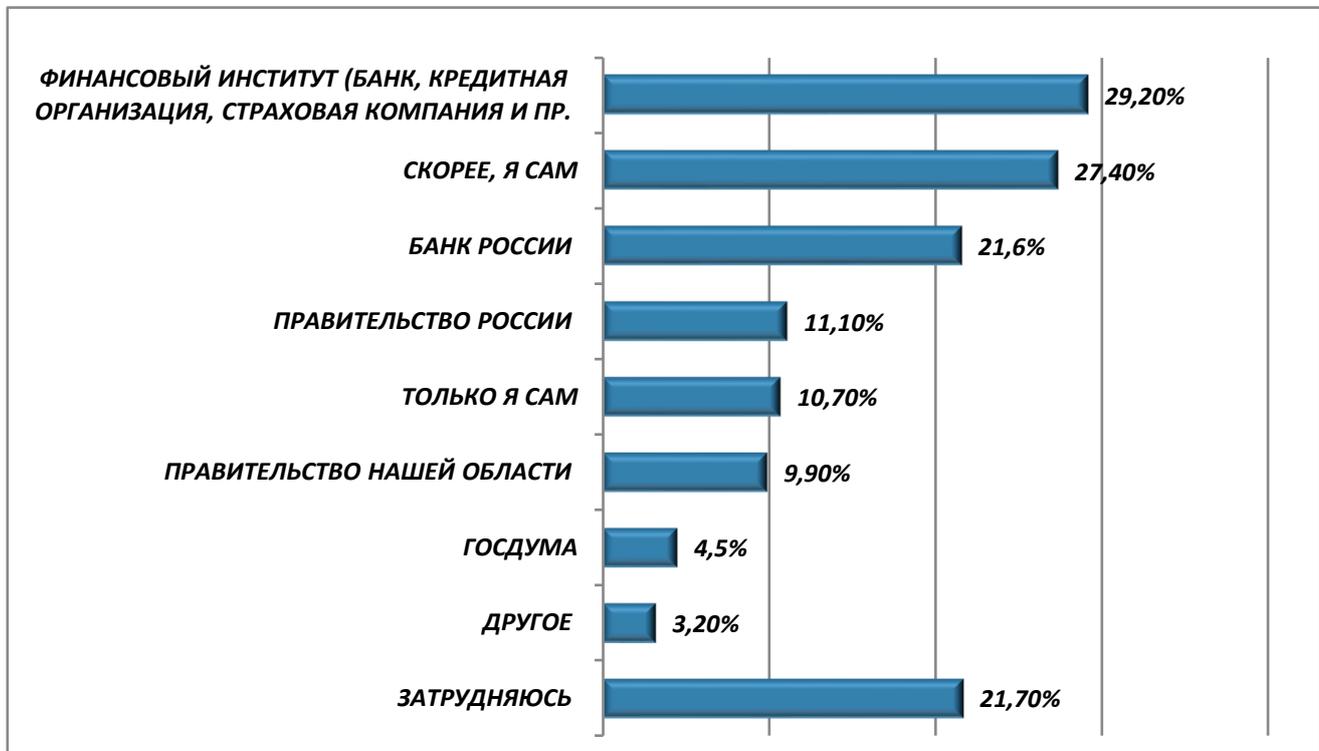
КУДА ОБРАЩАТЬСЯ С ЖАЛОБОЙ/ ПРЕТЕНЗИЕЙ ДЛЯ ЗАЩИТЫ СВОИХ ПРАВ КАК ПОТРЕБИТЕЛЯ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ?

График 27.



ПРЕДСТАВЬТЕ СИТУАЦИЮ, ВЫ ВЛОЖИЛИ СВОИ НАКОПЛЕНИЯ ПОД 50% 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?

График 28.



СКАЖИТЕ, ЕСЛИ ВАМ ПОСТУПИТ ЗВОНОК ИЗ БАНКА И ПОПРОСЯТ ДЛЯ КАКОЙ-ЛИБО ОПЕРАЦИИ СООБЩИТЬ ПО ТЕЛЕФОНУ ВАШ КОД БЕЗОПАСНОСТИ ПЛАСТИКОВОЙ КАРТЫ (CVV, CVV2, CVC2), КАКИМИ БУДУТ ВАШИ ДЕЙСТВИЯ? (ДО ДВУХ ОТВЕТОВ, ПРОЦЕНТ КУМУЛЯТИВНЫЙ)

График 29.



ЕСЛИ ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ ВЫГОДНО ВЛОЖИТЬ СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ, КАКИЕ ПРИЗНАКИ ФИНАНСОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВАС ОСТАНОВЯТ?

График 30.

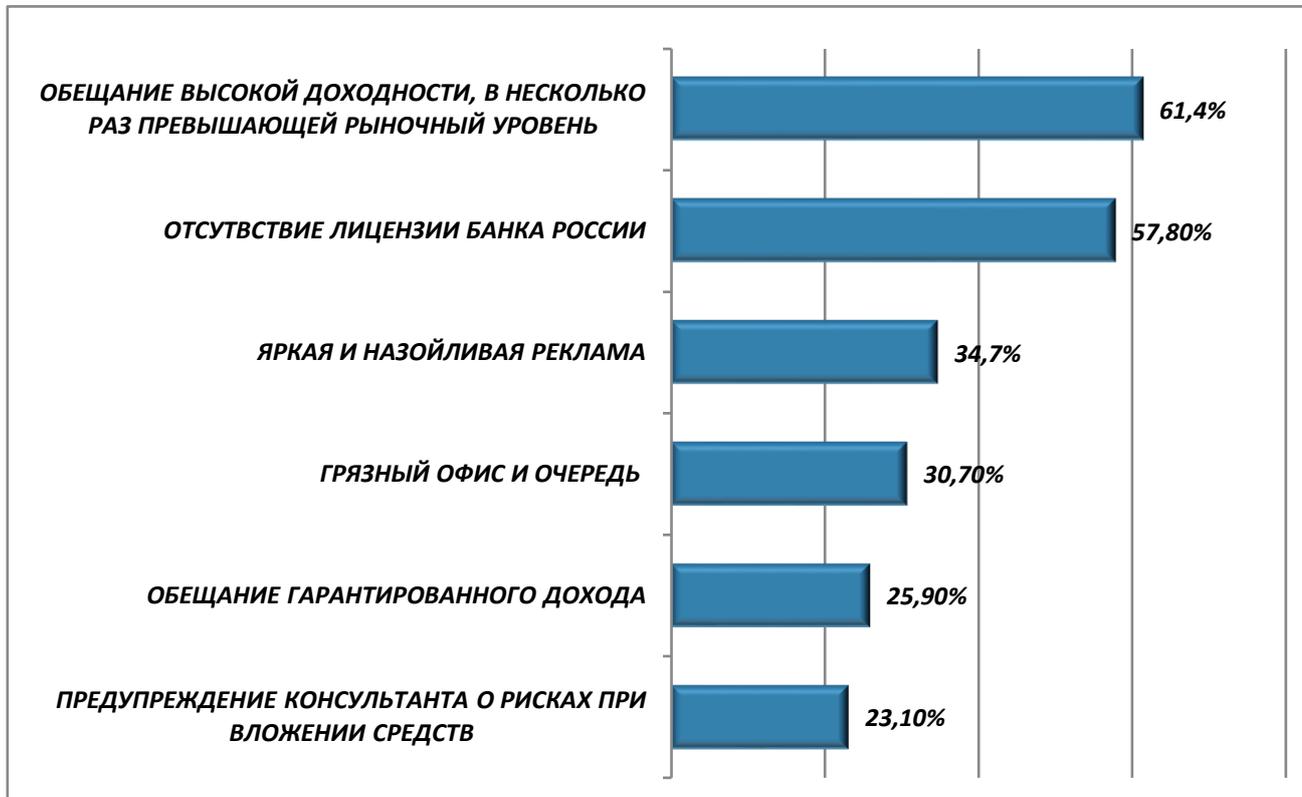


Таблица 6. СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ДАННЫЕ ОБ ИНФОРМИРОВАННОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ О ТОМ, КАКИЕ ДЕЙСТВИЯ НУЖНО ПРЕДПРИНЯТЬ В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, ДАННЫЕ ПРИВОДЯТСЯ В РАЗРЕЗЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.

Категории/ Стратегии сбережений	Пенсионеры	Учащиеся/студенты	Предприниматели	Люди с низким и средним уровнем доходов
ДОЛЯ ЛЮДЕЙ, ЗНАЮЩИХ ХОТЯ БЫ ОДНУ ИНСТАНЦИЮ, КУДА СЛЕДУЕТ ОБРАЩАТЬСЯ В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	87,1%	82,3%	94,3%	86,1%
ДОЛЯ ЛЮДЕЙ, ОСОЗНАЮЩИХ СВОЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ОШИБОЧНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ДЕЙСТВИЯ (ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НЕСУ Я САМ/СКОРЕЕ Я САМ)	58,7%	26,8%	31,9%	41,0%
ДОЛЯ ЛЮДЕЙ, ОСОЗНАЮЩИХ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ДАННЫХ СВОЕЙ БАНКОВСКОЙ КАРТЫ И ПРАВИЛЬНО ПОСТУПАЮЩИХ В ПРОВОКАЦИОННОЙ СИТУАЦИИ СО СТОРОНЫ ФИНАНСОВЫХ МОШЕННИКОВ	95,2%	95,1%	99,3%	97,5%