

2019

ОТЧЕТ

ПО ПРОВЕДЕНИЮ ИССЛЕДОВАНИЯ  
ПО ОЦЕНКЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ  
«ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ  
ГРАМОТНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ  
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ»

ЗА 2019 ГОД

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

## **Введение**

Аналитическое, комбинированное социологическое исследование было проведено с 8 по 20 декабря 2019 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.

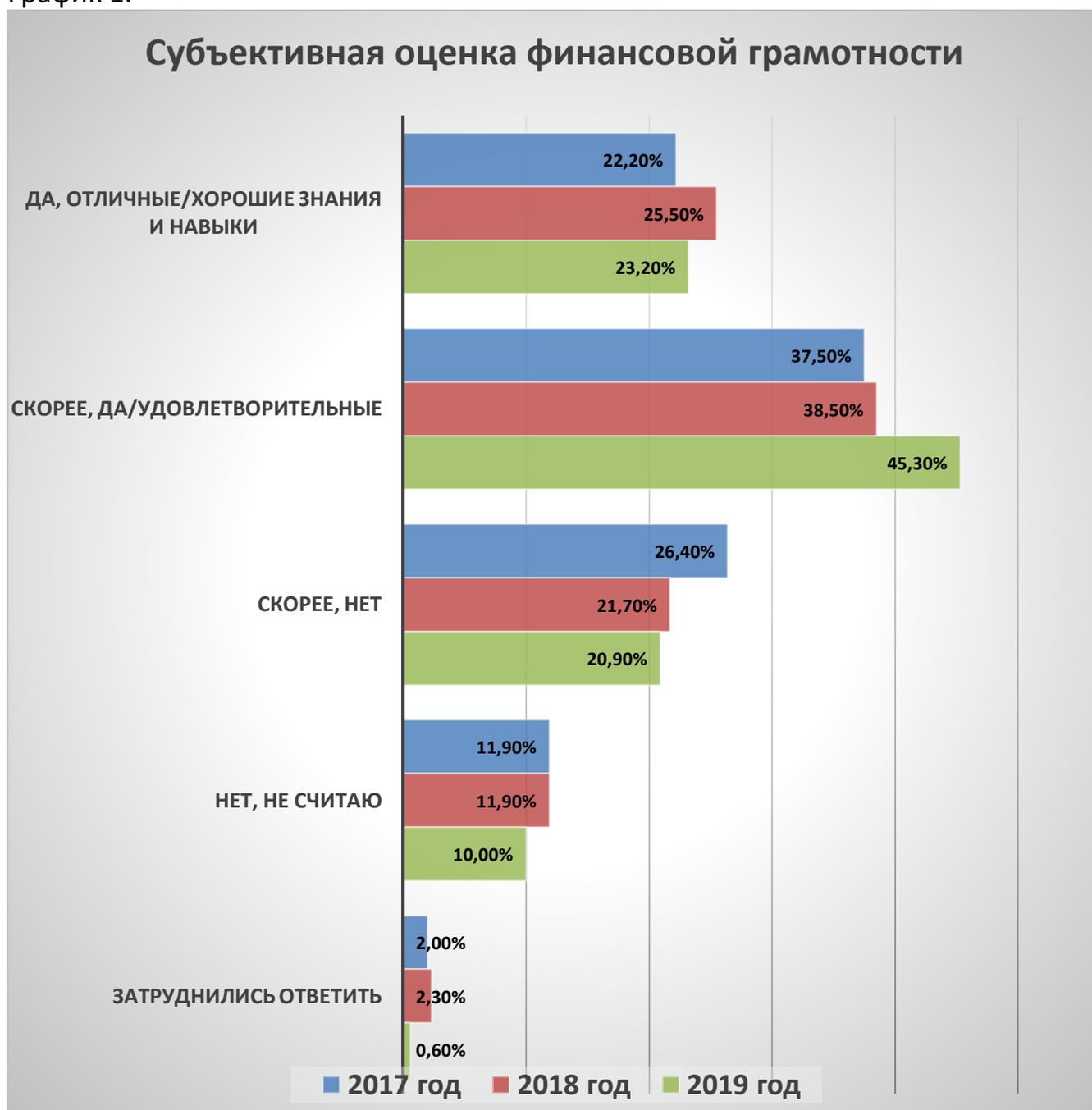
## Характеристика выборки:

<b>Гендерные группы,%</b>	
Мужчины	46,9
Женщины	50,4
<b>Возрастные группы,%</b>	
16-26 лет	17,6
27-38 лет	15,3
39-46 лет	18,8
47-55 лет	16,3
56-65 лет	14,6
66лет и старше	17,4
<b>Место проживания,%</b>	
Калининград	48,3
Малые города области	33,5
Поселки/села	18,2
<b>Социальный статус,%</b>	
Студент/учащийся	16,7
Пенсионер, в том числе работающий пенсионер	20,4
Предприниматель	16,7
Работник бюджетной сферы, государственный или муниципальный служащий	9,7
Наемный работник в частной компании	27,8
Домохозяйка (в том числе отпуск по уходу за ребенком)	4,5
Временно неработающий	4,2

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

Субъективная оценка финансовой грамотности в целом находится в положительной динамике – 68,5% так или иначе считают себя финансово грамотными (в прошлом году это 64%). С 2017 года рост субъективно положительных оценок составил 8,8%.

**Вопрос 1. Скажите, пожалуйста, вы считаете себя финансово грамотным человеком?** (Один ответ, данные приводятся от 100% респондентов)  
График 1.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

Вопрос о ведении учета доходов и расходов задавался в нашем исследовании впервые. Мы видим, что доля домохозяйств, ведущих подробный учет бюджета, составляет 35,5% и еще 36,9% - ведут учет, но не детально. Таким образом, в Калининградской области на сегодня постоянно учитывают доходы и расходы 72,4%. Учет не ведут, а имеют лишь общее представление 21,5%. Совсем не считают деньги 5,1% жителей региона.

**Вопрос 2. Скажите, вы сами или кто-то в вашей семье ведет учет доходов и расходов семьи?** (Один ответ, данные приводятся от 100% респондентов)

Таблица 2.

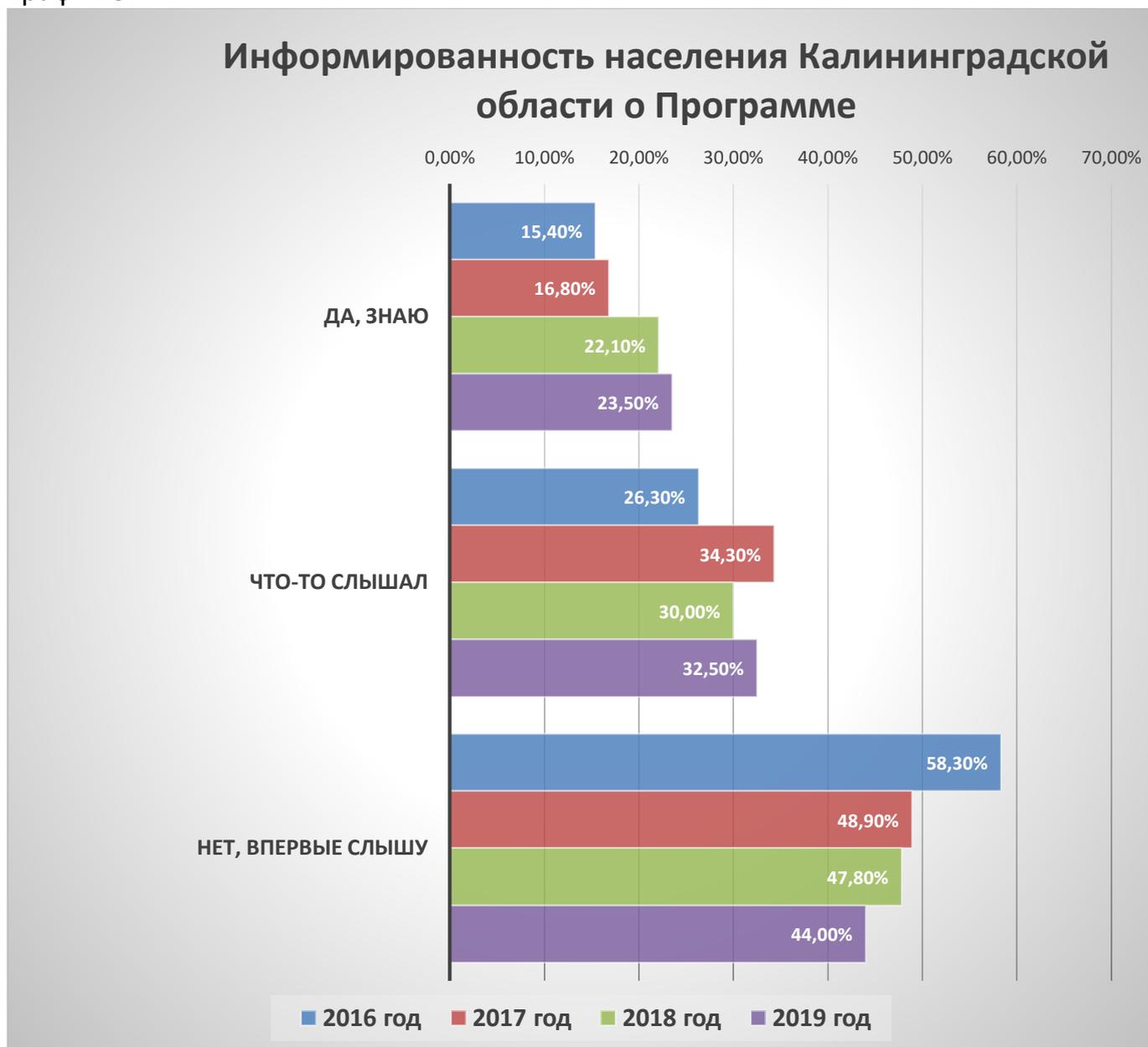
УЧЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ДОМОХОЗЯЙСТВА	% ОТ ВЫБОРКИ
ДА, УЧЕТ ВЕДЕТСЯ, ФИКСИРУЮТСЯ ВСЕ ПОСТУПЛЕНИЯ, ПЛАНИРУЮТСЯ И ВЕДУТСЯ РАСХОДЫ	35,5
ДА, ЕСТЬ УЧЕТ, НО НЕ ТАКОЙ ПОДРОБНЫЙ	36,9
НЕТ, УЧЕТ НЕ ВЕДЕТСЯ, НО В ЦЕЛОМ ИЗВЕСТНО, СКОЛЬКО ДЕНЕГ ПОСТУПИЛО И ТРАТИТСЯ В МЕСЯЦ	21,5
НЕТ, УЧЕТ НЕ ВЕДЕТСЯ И НЕИЗВЕСТНО СКОЛЬКО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

В таблице приводятся данные от 100% респондентов

Информированность населения о реализации Программе также выросла и составляет 56% (против 52,1% в прошлом году). Особо можно отметить рост узнаваемости Программы в целевых группах студентов (знают Программу 61,1%) и предпринимателей (68,8%). Среди пенсионеров узнаваемость составляет 51%, а группы активных и потенциальных пользователей финансовых услуг – 47,8%.

Вопрос 3. Знаете ли вы, что в Калининградской области реализуется Программа повышения финансовой грамотности населения?

График 3.

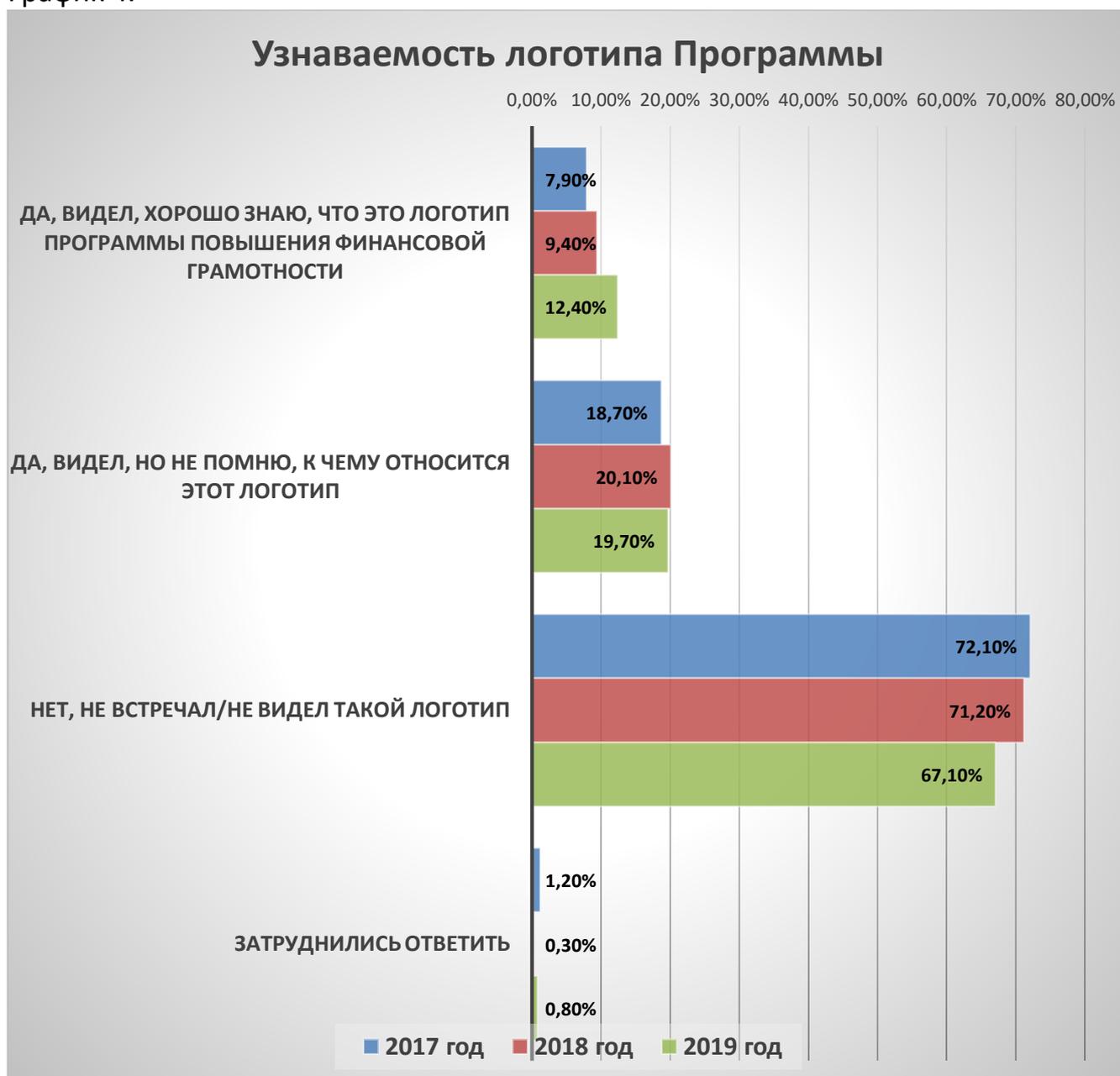


На графике приводятся данные от 100% респондентов

В отношении медийных маркеров Программы (логотипа и сайта) также есть небольшое позитивное движение. Около трети населения области (32,1%) вспомнили логотип Программы, 12,4% четко его идентифицируют. По сравнению с 2017 годом рост составил 5,5%. Однако доля посетителей сайта на сегодня относительно мала в целом (составляет 9%), необходимо усиление продвижения данного контента.

**Вопрос 4. Посмотрите, пожалуйста, на карточку. Вы видели где-либо такой логотип Программы?** (Респондентам демонстрировалась цветная карточка с логотипом Программы)

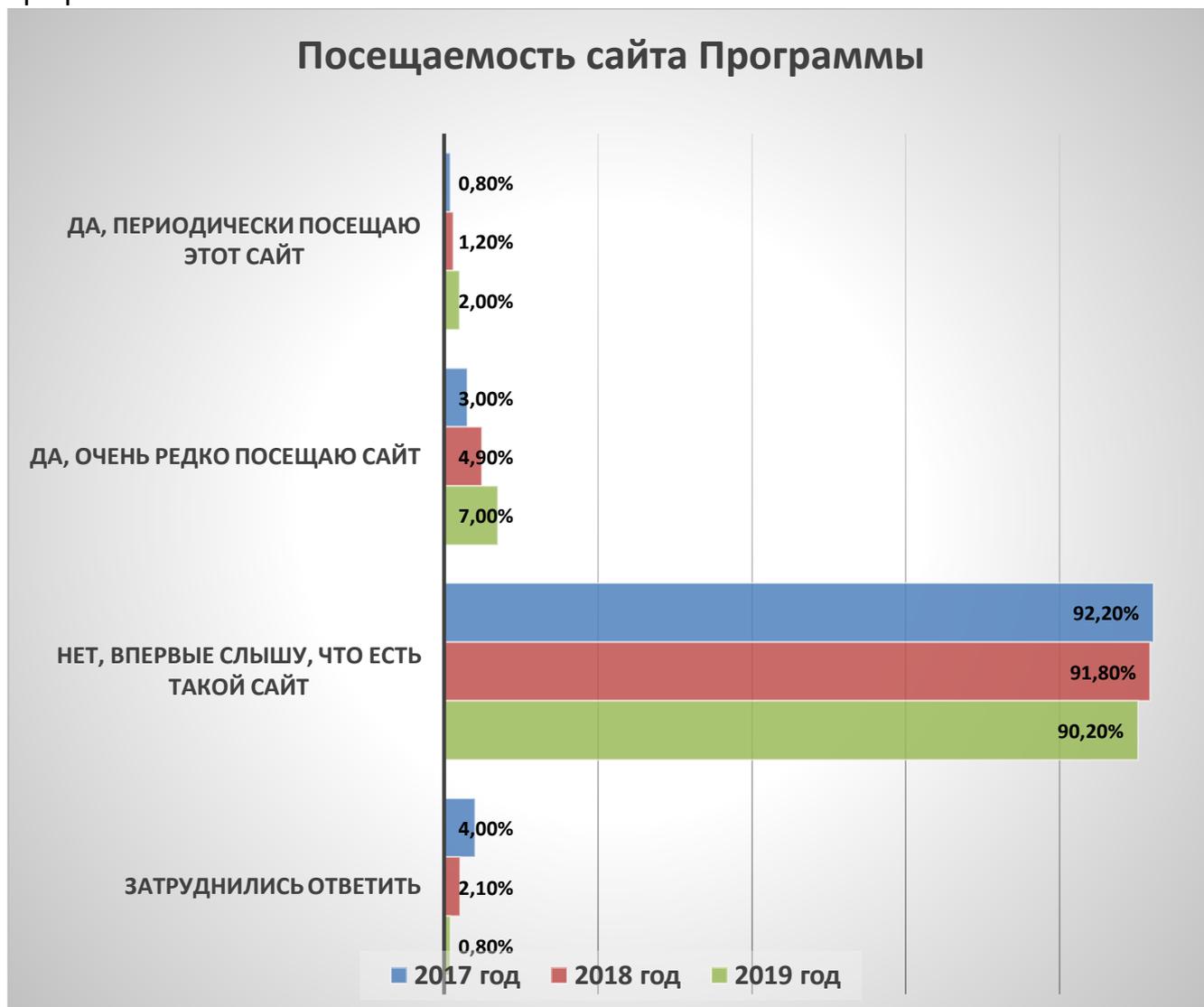
График 4.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

**Вопрос 5. 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

В вопросе узнаваемости мероприятий Программы следует отметить безусловный интерес населения к консультациям юриста (новое направление, раньше не замерялось, сразу получило 18% рейтинга). Также растет узнаваемость мероприятий для самых юных жителей региона (уроки по финграмотности знают 17,2%). Лекции и семинары для населения зрелого возраста отметили 21,9%.

**Вопрос 6. Скажите, пожалуйста, о каких мероприятиях Программы вы когда-либо слышали?** (Фиксировались все возможные ответы, вопрос по карточке).

Таблица 6. Приводится процент наблюдений (кумулятивный)

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

**Вопрос 7. Скажите, какой информации по различным аспектам финансовой грамотности вам недостаточно. О чем вы бы хотели знать больше?**(Фиксировались все ответы)

Таблица 7. Данные приводятся от всех опрошенных (кумулятивный процент) – востребованность информации по направлениям Программы. Из направлений следует выделить интерес к финансовой безопасности – запрос на эту информацию составляет около 17%, сохраняется высокий интерес к налоговой информации – 33,2%, правам потребителей – 34%, и конечно правовым аспектам в жилищно-коммунальной сфере – 40,5%. Интерес к новой теме – пользованию кэшбеком – составляет 12,5%.

НАЗВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ТЕМЫ	2017 ГОД, %	2018 ГОД, %	2019 ГОД, %
КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ	18,7%	16,9%	7,7
ЖКХ-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ, ПЛАНИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ МОИХ РАСХОДОВ	31,7%	42,3%	40,5
НАЛОГИ-ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СРОКИ, РАЗМЕР НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, ЛЬГОТЫ	28,0%	36,4%	33,2
ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ, ЛИЧНЫЕ КАБИНЕТЫ, УДАЛЕННАЯ РАБОТА С ФИН. ИНСТИТУТАМИ	10,7%	10,7%	12,8
ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, КУДА ЖАЛОВАТЬСЯ НА НЕПРАВОМЕРНЫЕ ДЕЙСТВИЯ	32,7%	41,9%	34,0
СБЕРЕЖЕНИЯ (ВКЛАДЫ)	20,9%	23,6%	14,8
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ПИФЫ, ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИНВЕСТ. СЧЕТА	8,1%	8,3%	13,5
СТРАХОВАНИЕ, УСЛУГИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ	10,6%	26,8%	12,4
РАСЧЕТ И ПЛАНИРОВАНИЕ ЛИЧНОГО ИЛИ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА, РАСХОДЫ	12,3%	15,2%	13,1
БЛОКЧЕЙН, КРИПТОВАЛЮТЫ	13,5%	5,2%	12,6

<b>ВСЕ О ПЛАСТИКОВЫХ КАРТАХ- ЗАРПЛАТНЫЕ, ДЕБЕТОВЫЕ, КРЕДИТНЫЕ, КЭШБЕК</b>	10,2%	19,8%	<b>7,7</b>
<b>КЭШБЕК, КАК ОТСЛЕЖИВАТЬ, КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ</b>	-	-	<b>12,5</b>
<b>ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: МОШЕННИЧЕСТВО С БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ, МОШЕННИЧЕСТВО ПО ТЕЛЕФОНУ, МОШЕННИЧЕСТВО В ИНТЕРНЕТЕ, ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ</b>	-	-	<b>17,1</b>
<b>БАНКРОТСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ, КАК ВЫБРАТЬСЯ ИЗ ДОЛГОВ</b>	-	-	<b>6,9</b>
<b>ДРУГОЕ</b>	1,8%	0,5%	-
<b>НИЧЕГО ИЗ ЭТОГО НЕ ИНТЕРЕСНО</b>	16,5%	12,4%	<b>7,1</b>

Следующая таблица показывает пользование финансовыми услугами у калининградцев. Видим рост в таких категориях как пользование картой «Мир» , интернет-банкинг, оплата услуг ЖКХ, рост потребительских, авто и ипотечных кредитов.

**Вопрос 8. Скажите, какими из перечисленных финансовых услуг вам приходилось пользоваться за последний год?**

Таблица 8. Общие данные. Приводится кумулятивный процент ответов на вопрос.

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

## 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. Заметный рост доли осознающих риски и выгоды при выборе финансовых продуктов – почти на 20%.

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

<sup>1</sup> Расчет доли поведился от числа пользователей финансовых услуг, кто дал ответ на поставленный вопрос без учета затруднившихся ответить

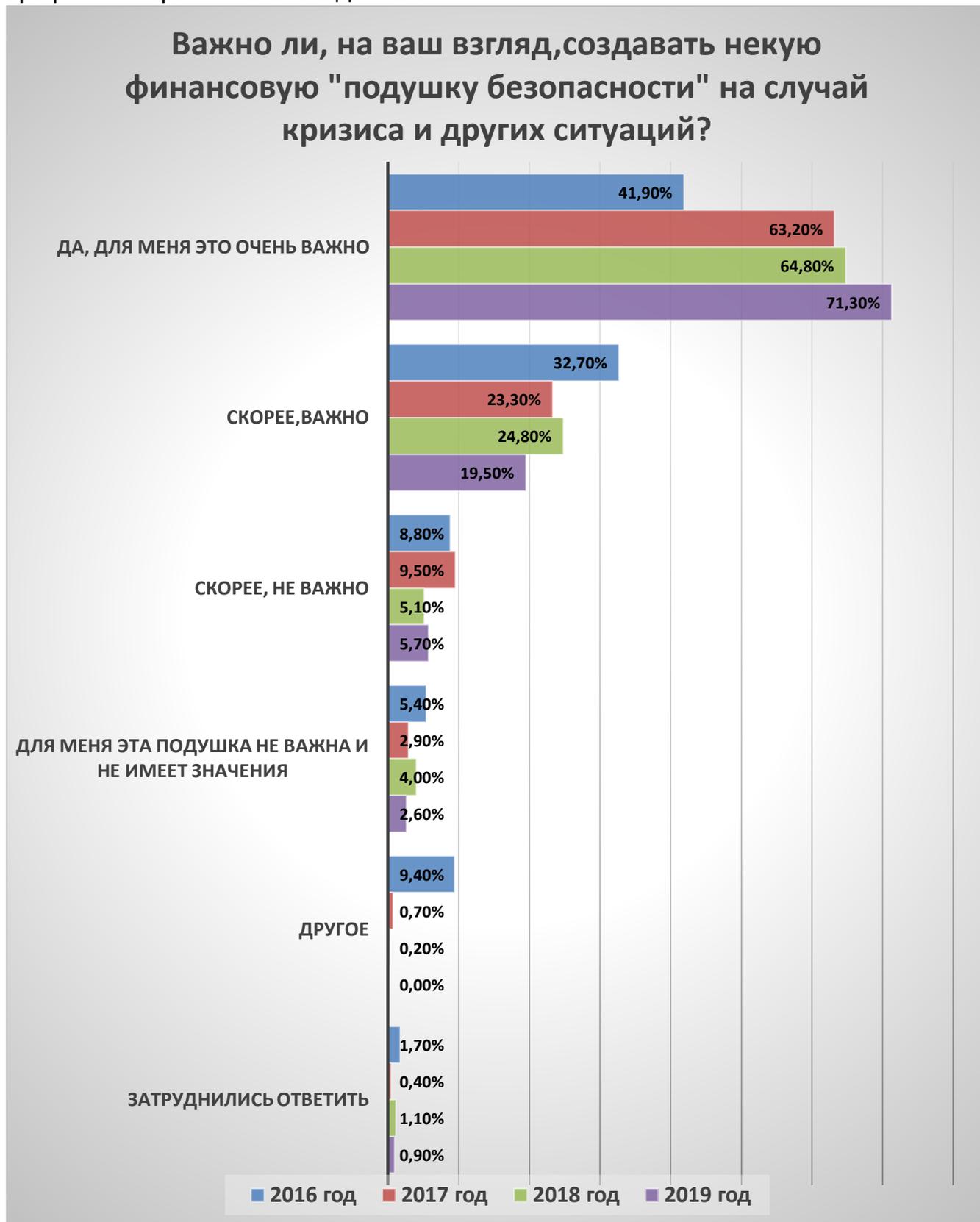
<sup>2</sup> Расчет поведился от числа пользователей кредитами без учета тех, кто ответил, что категорически не берет кредиты /либо затруднился ответить

<p>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</p>	63,5	64,5	66,1
<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>	86,5	89,6	90,8

Важность создания сбережений на сегодня осознают 91,8% жителей региона. При этом почти половина калининградцев уже создает свою «подушку безопасности» - 49,6%. В этом году немного изменилась формулировка вопроса о причинах отказа от сберегательных стратегий. Как мы видим, около трети жителей ответили, что не занимаются сбережениями, так как нет свободных денег (34,6%), и лишь 2,4% считают, что это не нужно. Доля тех, у кого нет свободных денег, несколько выросла.

Вопрос 2.2. 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 2.3 Скажите, вы лично или ваша семья создает (планирует начать формировать) некий «финансовый буфер» на случай чрезвычайных или кризисных жизненных ситуаций?

График 2.3

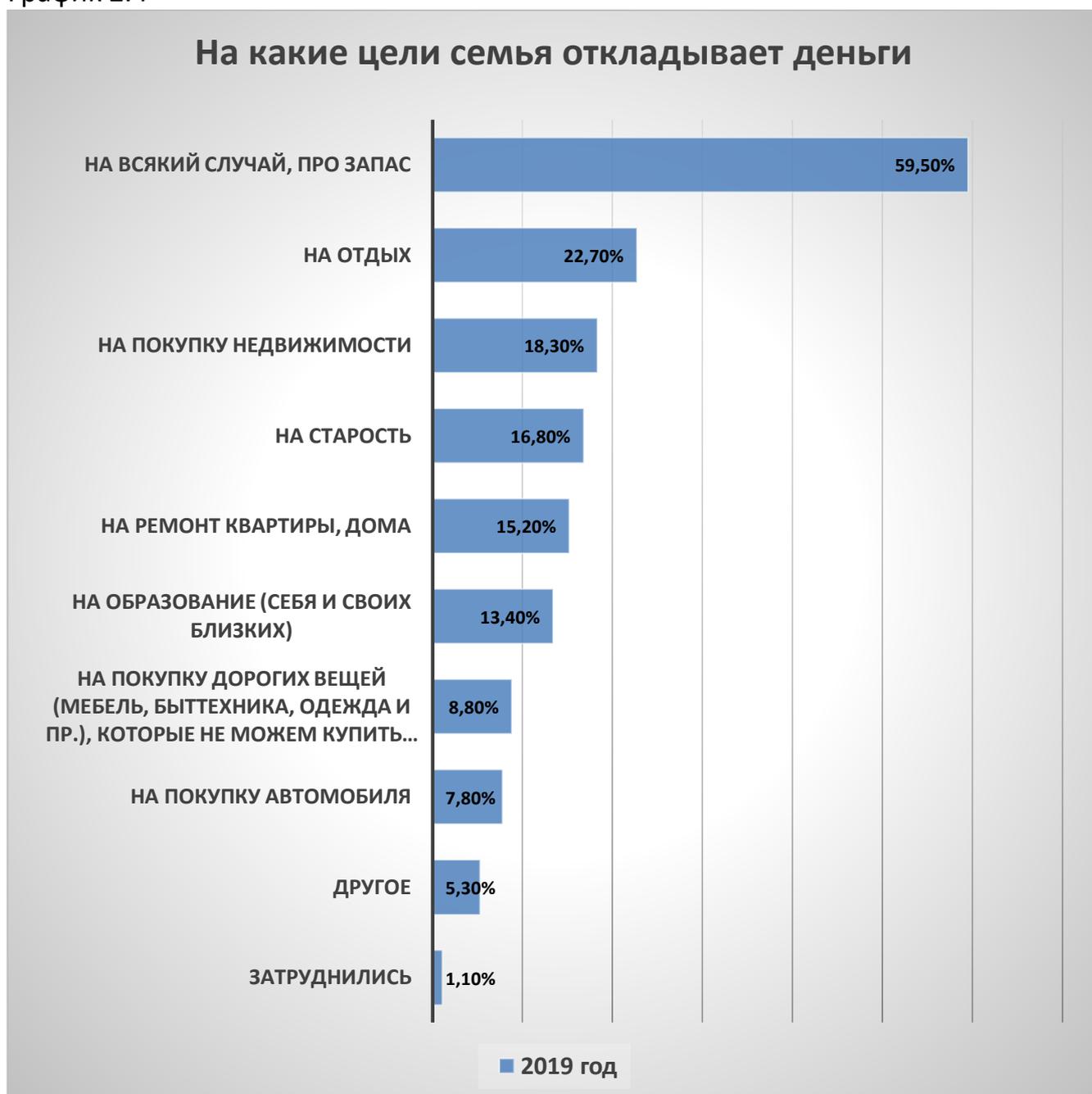


На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Сберегательные цели понятны – на всякий случай копят почти 60% жителей. Каждый пятый откладывает деньги на отдых, копят на покупку недвижимости 18,3%. Шестая часть опрошенных ответила, что копит на старость – 16,8%, при этом самыми активными в этой части накоплений являются те, кто уже на пенсии – около половины пенсионеров откладывают именно на старость, в других группах эта доля составляет около 11-12%, а среди молодежи менее 2%.

Вопрос 2.4 **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

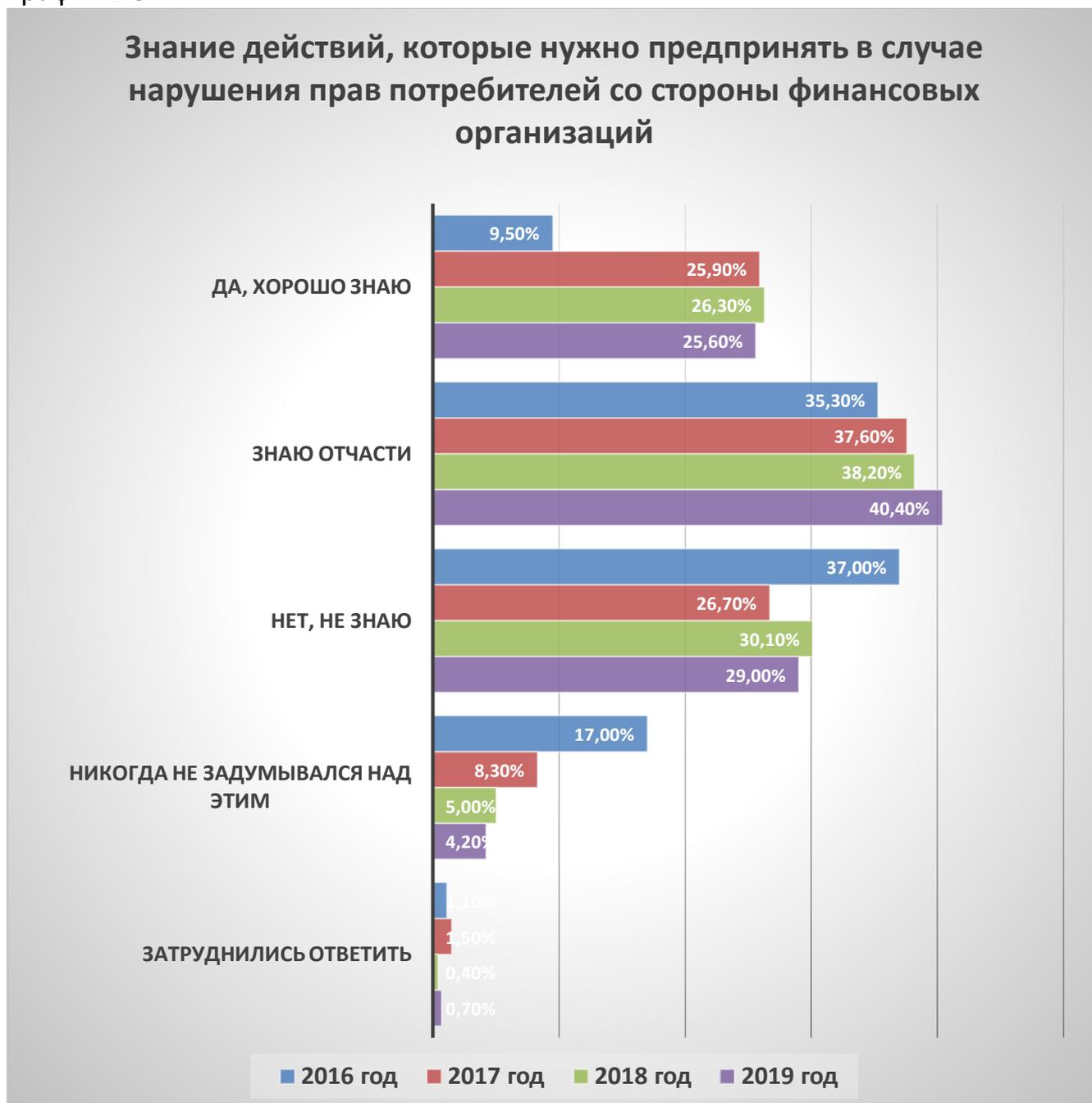


На графике приводится кумулятивный процент ответов респондентов

Знание действий в случае нарушения прав потребителей показательный момент в повышении финансовой грамотности. Можно отметить, что за 3-4 года понимание алгоритма действий выросло с 44,8% до 66%, но главное – ежегодно снижается доля тех жителей, кто никогда не задумывался над этим – сейчас таких около 4%.

Вопрос 2.5: **В случае нарушения прав потребителей, знаете ли вы, какие административные или юридические действия нужно предпринять?**

График 2.5.

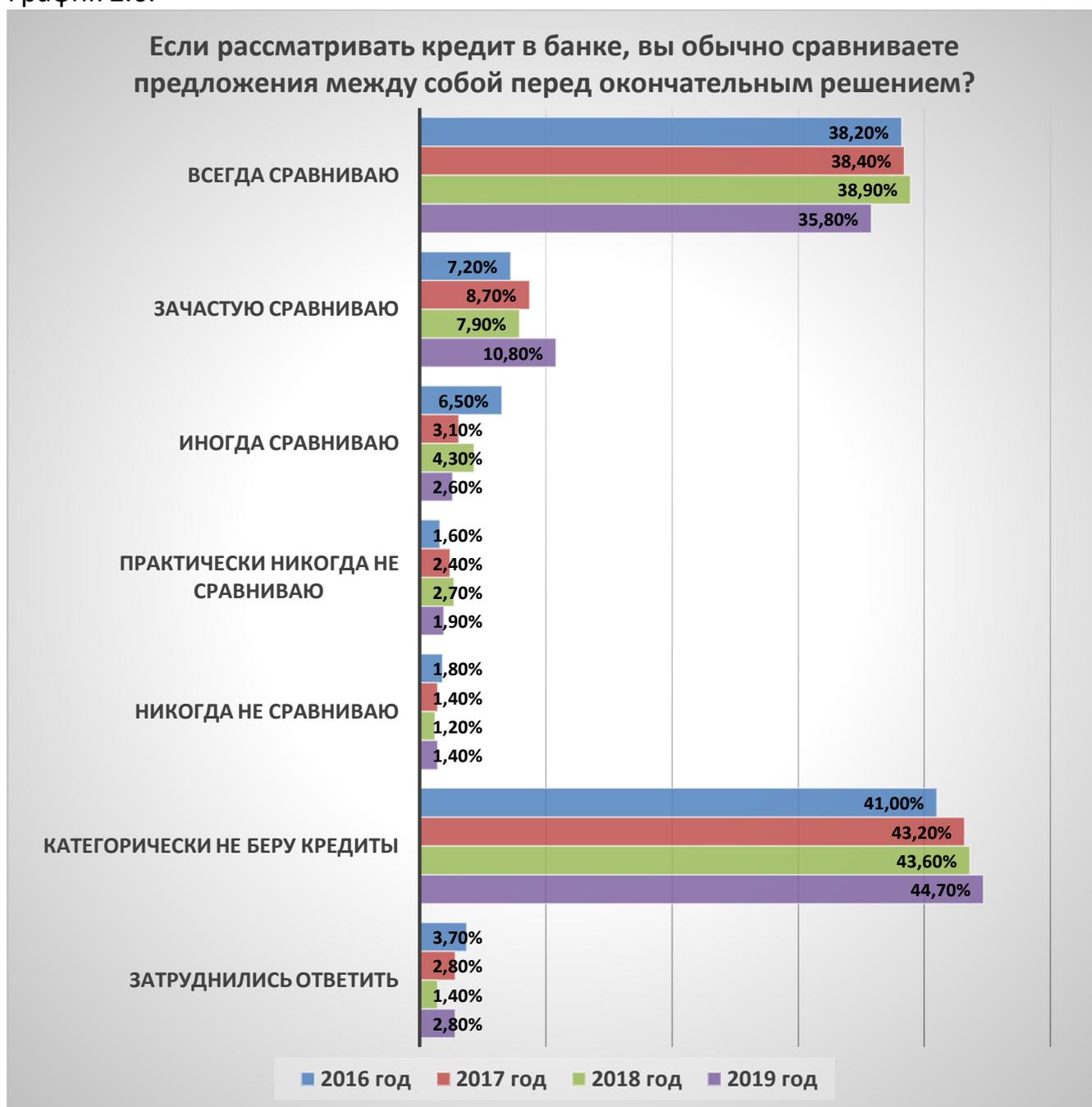


На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Ежегодно немного подрастает доля тех, кто категорически не берет кредиты – сейчас это 44,7%. В целом данные находятся на уровне прошлого года. Есть небольшое перераспределение в группах «всегда сравниваю» и «зачастую сравниваю». Косвенно это может указывать на рост доверия системе в целом, либо выбор, приверженность какому-то одному финансовому институту. Доля тех, кто не сравнивает кредитные предложения, продолжает падать, и сейчас составляет 3,3%.

Вопрос 2.6. **Если рассматривать кредит в банке, вы обычно сравниваете варианты (кредитные предложения) в различных кредитных учреждениях между собой перед окончательным решением?**

График 2.6.

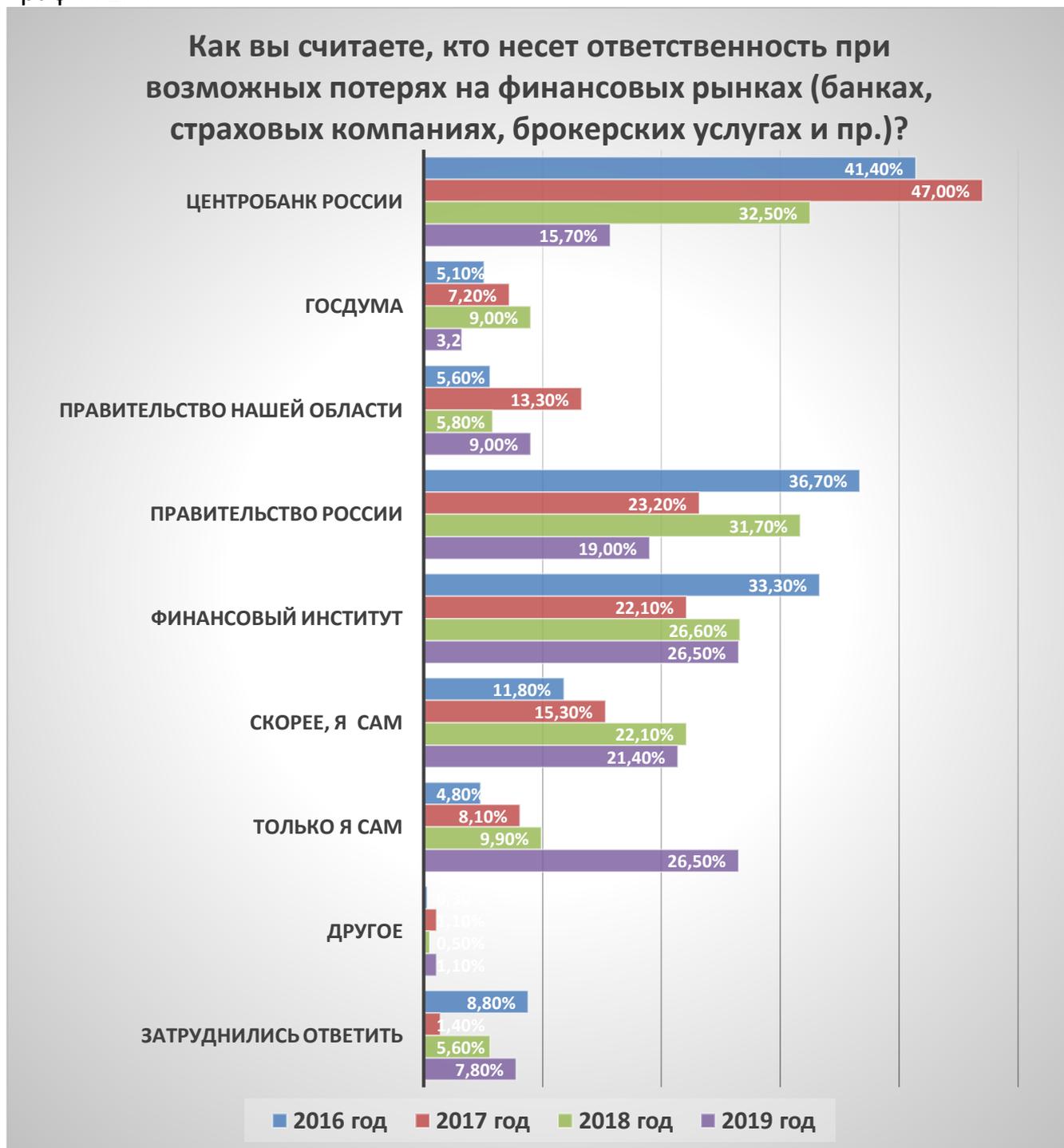


На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

В вопросе ответственности за финансовые риски мы видим также кардинальные изменения – около 48% жителей считают себя ответственными за них. Снизилась доля государства, сохраняется на прежнем уровне ответственность финансовых организаций.

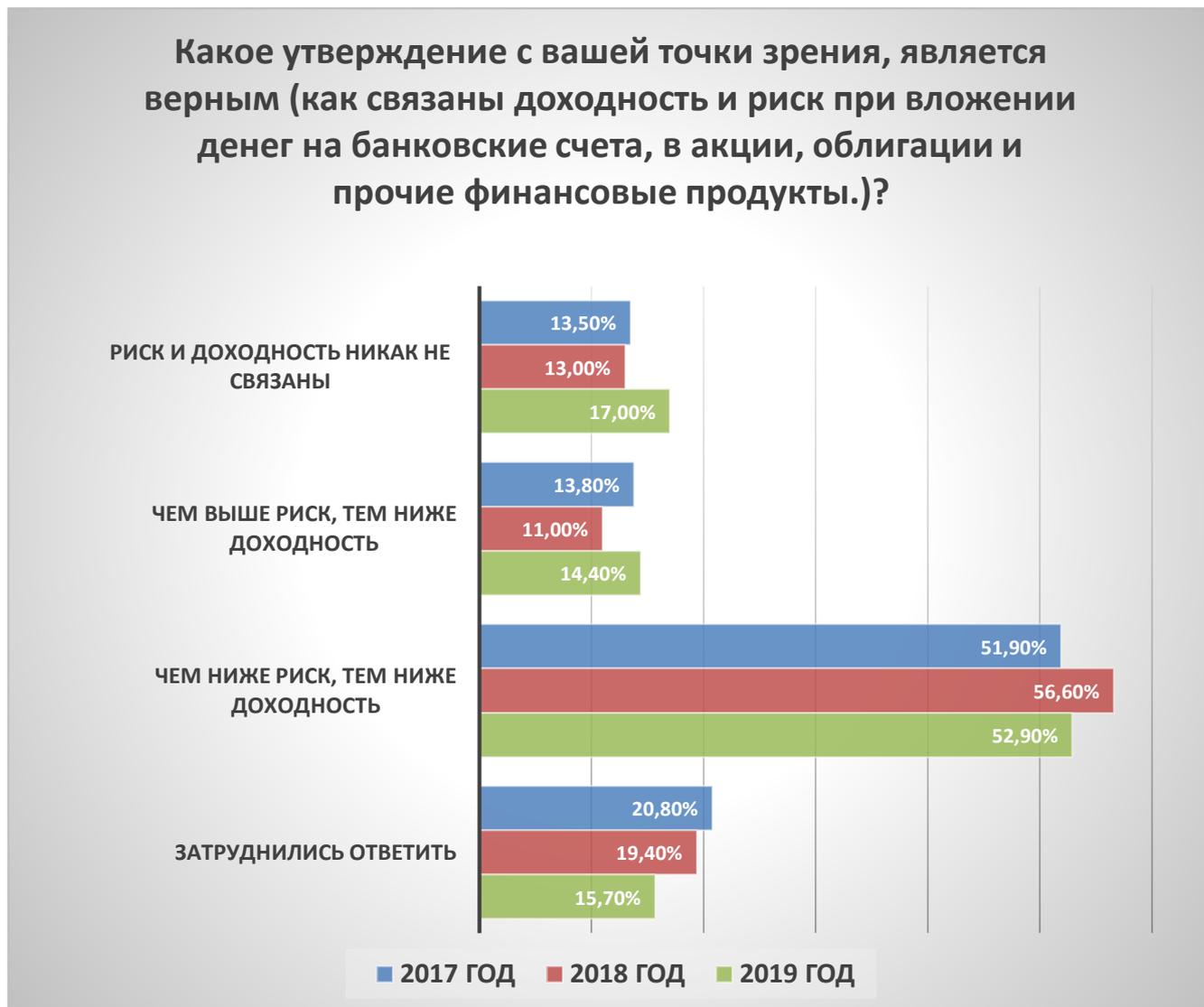
Вопрос 2.7. **Как вы считаете, кто несет ответственность при возможных потерях на финансовых рынках (банках, страховых компаниях, брокерских услугах и пр.)?** (до двух ответов, вопрос задавался по карточке с предложенными вариантами ответов. Приводится кумулятивный процент ответов на вопрос).

График 2.7.



Вопрос 2.8. Выберете утверждение, которое, с вашей точки зрения, является верным. Как связаны риск и доходность при вложении денег на банковские счета, акции, облигации и пр.?

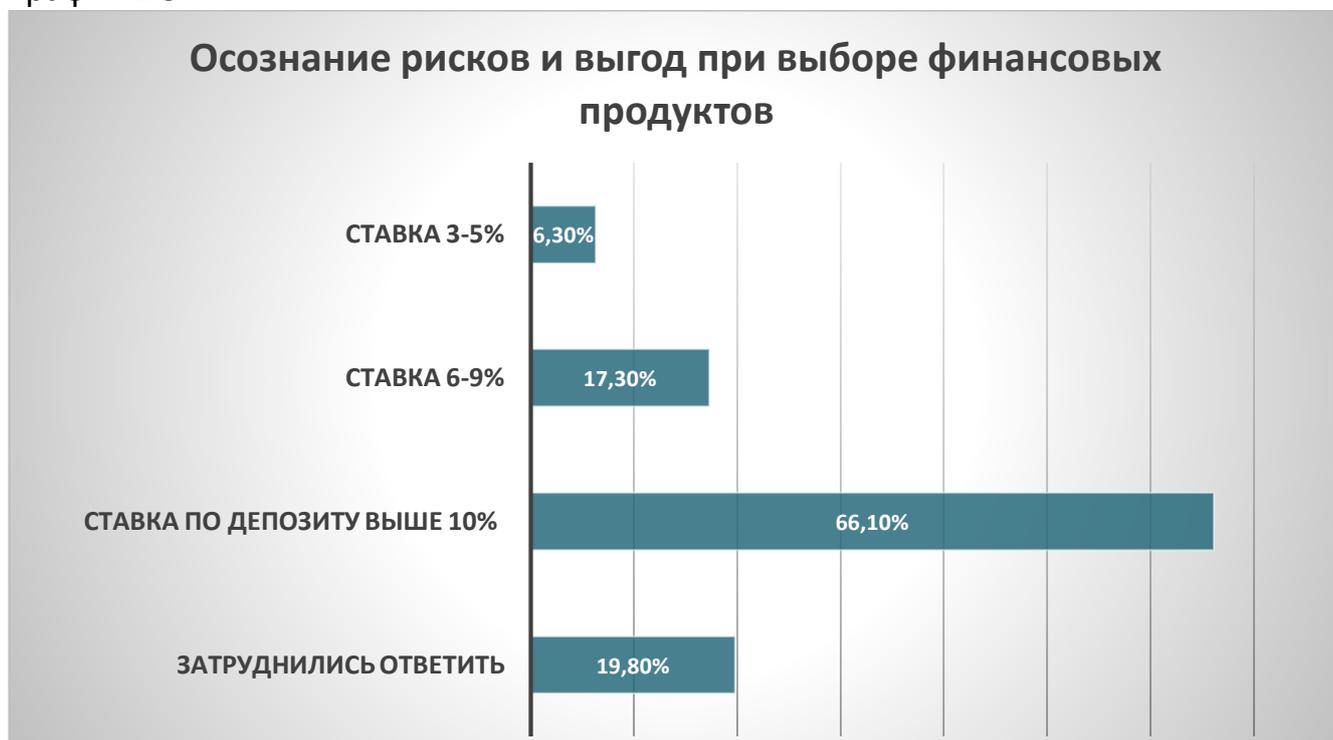
График 2.8.



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос 2.9. 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)

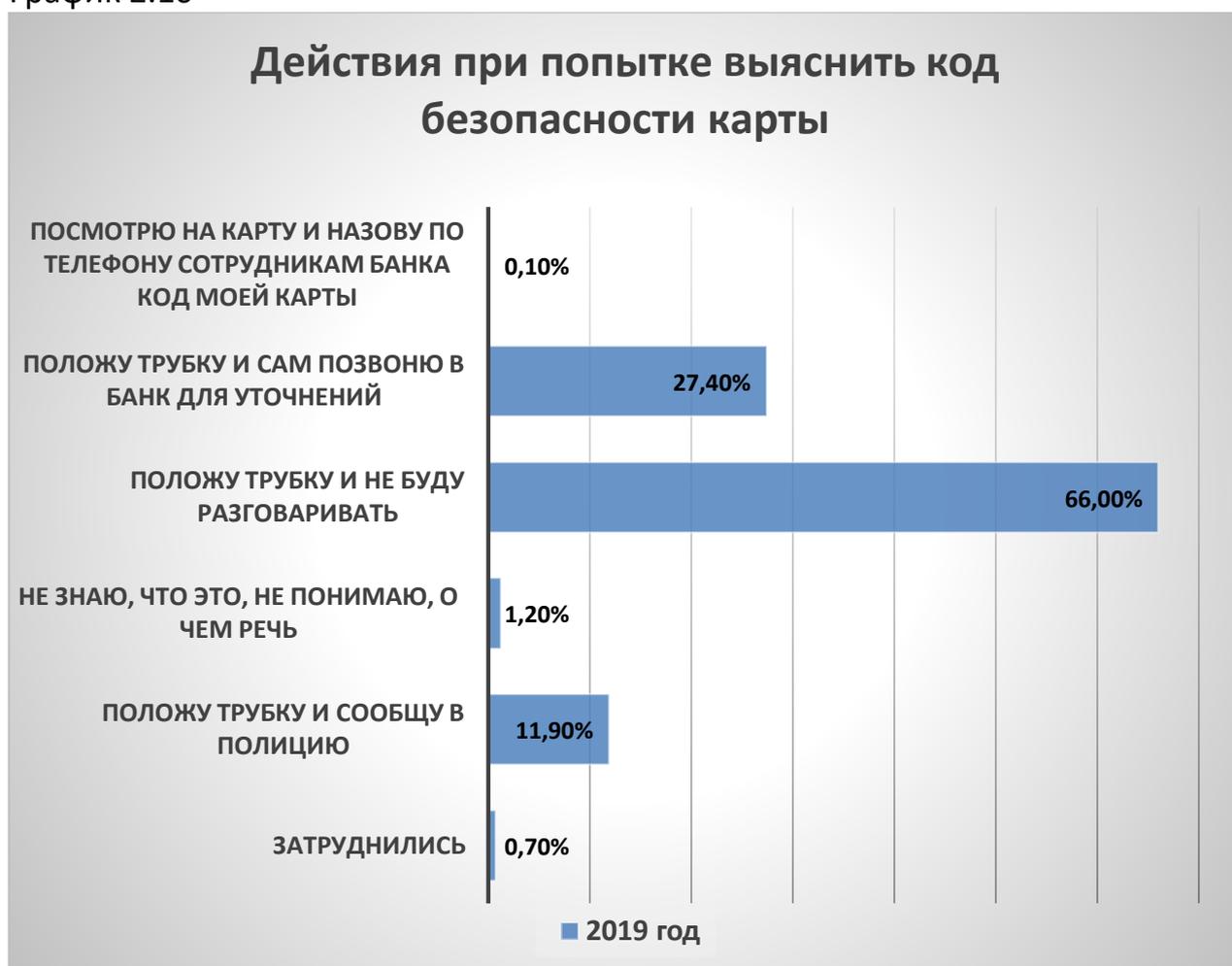
График 2.9.



Мы видим полное понимание сохранения безопасности своей карты населением – готовность назвать защитный код карты стремится к нулю. К активным действиям с банком в таком случае готовы 27,4% - буду перезванивать и уточнят информацию, и 11,9% готовы позвонить в полицию при требовании назвать код безопасности карты.

**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 2.10



На графике приводится кумулятивный процент ответов респондентов

Вопрос 2.11. Если вы планируете выгодно вложить свои сбережения, какие признаки финансовой организации вас остановят? (Данные приводятся от всех опрошенных. Процент кумулятивный)

График 2.11.



## Приложение 1. 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.**

<u>Скажите, вы считаете себя финансово грамотным человеком?</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕ ЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ДА, ОТЛИЧНЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ</i>	12,0	37,1	18,1	26,3
<i>УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ</i>	53,3	49,1	46,1	59,4
<i>НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЕ/ ЗНАНИЙ И НАВЫКОВ НЕТ</i>	20,6	13,8	34,8	13,3
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	0,6	0,0	1,0	1,1

**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.**

<u>Информированность о программе</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ДА, ЗНАЮ</i>	24,6	28,7	17,2	20,5
<i>ЧТО-ТО СЛЫШАЛ</i>	36,5	40,1	33,8	27,3
<i>НЕТ, ВПЕРВЫЕ СЛЫШУ</i>	38,9	31,1	49,0	52,2

**Таблица 3.3. Вопрос:** СКАЖИТЕ, ВЫ САМИ ИЛИ КТО-ТО В ВАШЕЙ СЕМЬЕ ВЕДЕТ УЧЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ СЕМЬИ? *Сравнительные данные по целевым группам Программы.*

Ведение доходов и расходов домохозяйства	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
ДА, УЧЕТ ВЕДЕТСЯ, ФИКСИРУЕТСЯ ВСЕ ПОСТУПЛЕНИЯ, ПЛАНИРУЮТСЯ И ВЕДУТСЯ РАСХОДЫ	22,8	55,1	36,8	34,5
ДА, УЧЕТ ЕСТЬ, НО НЕ ТАКОЙ ПОДРОБНЫЙ	38,9	32,3	35,8	42,8
НЕТ, УЧЕТ НЕ ВЕДЕТСЯ, НО В ЦЕЛОМ ИЗВЕСТНО, СКОЛЬКО ДЕНЕГ ПОСТУПИЛО И ТРАТИТСЯ В МЕСЯЦ	25,1	8,4	24,5	18,7
НЕТ, УЧЕТ НЕВЕДЕТСЯ И НЕИЗВЕСТНО СКОЛЬКО ПОСТУПИЛО И ПОТРАЧЕНО ЗА МЕСЯЦ	8,4	4,2	2,9	3,6
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	4,6	0,0	0,0	0,4

**Таблица 3.4. Вопрос: Посмотрите, пожалуйста, на карточку. Вы видели где-либо такой логотип Программы?**

Узнаваемость бренда /логотипа/ Программы	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ДА, ВИДЕЛ, ХОРОШО ЗНАЮ ЭТОТ ЛОГОТИП</i>	17,4	16,2	9,8	7,9
<i>ДА, ВИДЕЛ, НО НЕ ПОМНЮ, К ЧЕМУ ОТНОСИТСЯ ЛОГОТИП</i>	28,1	22,8	18,6	17,3
<i>НЕ ВСТРЕЧАЛ/НЕ ВИДЕЛ</i>	53,3	61,1	70,6	73,4
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ</i>	1,2	0,0	1,0	1,4

**Таблица 3.5. Скажите, о каких мероприятиях Программы повышения финансовой грамотности в Калининградской области вы слышали?**

*Сравнительные данные по целевым группам Программы.*

Узнаваемость мероприятий Программы	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ, ФИНАНСОВЫЕ ИГРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ</i>	19,2	20,4	9,8	27,7
<i>ОЛИМПИАДЫ И КОНКУРСЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ</i>	32,9	32,9	15,7	18,3
<i>ЛЕКЦИИ, СЕМИНАРЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ АКТИВНОГО ТРУДОВОГО ВОЗРАСТА И ПЕНСИОНЕРОВ</i>	31,1	25,7	14,2	8,3
<i>ИНФОРМАЦИОННЫЕ БУКЛЕТЫ ПРОГРАММЫ ПО РАЗЛИЧНОЙ ТЕМАТИКЕ</i>	15,6	9,0	5,4	12,9

<i>РАБОТА В СМИ- СТАТЬИ, ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ, РАБОТА В ИНТЕРНЕТЕ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ</i>	9,0	15,6	23,0	17,3
<i>УРОКИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ ДОШКОЛЬНИКОВ, ШКОЛЬНИКОВ) И МОЛОДЕЖИ</i>	28,7	18,0	8,8	2,9
<i>ПРЕМИЯ «ФИНАНСОВЫЙ ПРЕСТИЖ»</i>	1,8	3,6	5,9	2,2
<i>НЕДЕЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ</i>	4,2	3,0	5,4	9,0
<i>НЕДЕЛЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ</i>	15,0	6,6	6,9	20,1
<i>КОНСУЛЬТАЦИИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ</i>	7,8	24,0	14,7	0,7
<i>НИ О КАКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ НЕ СЛЫШАЛ</i>	36,5	36,0	54,9	51,4

Таблица 3.6. **Скажите, какой информации по различным аспектам финансовой грамотности вам недостаточно. О чем вы бы хотели знать больше?**  
*Сравнительные данные по целевым группам Программы.*

НАЗВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ТЕМЫ	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ,%	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ	7,8	8,4	4,4	10,1
ЖКХ-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ, ПЛАНИРОВАНИЕ И КОНТРОЛЬ МОИХ РАСХОДОВ	23,4	36,5	57,8	41,7
НАЛОГИ-ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СРОКИ, РАЗМЕР НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, ЛЬГОТЫ	34,1	47,9	21,6	30,2

ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ, ЛИЧНЫЕ КАБИНЕТЫ, УДАЛЕННАЯ РАБОТА С ФИНАНСОВЫМИ ИНСТИТУТАМИ	22,2	9,6	8,8	14,7
ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, КУДА ЖАЛОВАТЬСЯ НА НЕПРАВОМЕРНЫЕ ДЕЙСТВИЯ	34,0	34,1	28,4	39,2
СБЕРЕЖЕНИЯ (ВКЛАДЫ)	27,5	10,2	10,3	14,0
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ПИФЫ, ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СЧЕТА	24,0	18,6	3,9	14,7
СТРАХОВАНИЕ, УСЛУГИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ	13,8	10,1	5,4	18,0
РАСЧЕТ И ПЛАНИРОВАНИЕ ЛИЧНОГО ИЛИ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА, РАСХОДЫ	18,6	12,0	8,8	15,5
БЛОКЧЕЙН, КРИПТОВАЛЮТЫ	25,7	11,0	3,4	11,5
ВСЕ О ПЛАСТИКОВЫХ КАРТАХ- ЗАРПЛАТНЫЕ, ДЕБЕТОВЫЕ, КРЕДИТНЫЕ, КЭШБЕК	11,4	9,6	3,9	8,3
КЭШБЕК, КАК ОТСЛЕЖИВАТЬ, КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ	20,4	10,8	5,9	15,1
ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: МОШЕННИЧЕСТВО С БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ, МОШЕННИЧЕСТВО ПО ТЕЛЕФОНУ, МОШЕННИЧЕСТВО В ИНТЕРНЕТЕ, ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ	14,4	19,8	17,2	17,6
БАНКРОТСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ, КАК ВЫБРАТЬСЯ ИЗ ДОЛГОВ	8,4	12,6	2,9	8,7
НИЧЕГО ИЗ ЭТОГО НЕ ИНТЕРЕСНО	5,4	7,2	11,4	4,3

Таблица 3.7. Важность создания финансовой подушки безопасности по целевым группам Программы. Сравнительные данные по целевым группам Программы.

СКАЖИТЕ, ДЛЯ ВАС ВАЖНО СОЗДАВАТЬ НЕКУЮ ФИНАНСОВУЮ ПОДУШКУ БЕЗОПАСНОСТИ НА СЛУЧАЙ КРИЗИСА И ДРУГИХ НЕПРЕДВИДЕННЫХ СИТУАЦИЙ?	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
<i>ДА, ДЛЯ МЕНЯ ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНО</i>	<b>58,7</b>	<b>86,2</b>	<b>77,0</b>	<b>70,1</b>
<i>СКОРЕЕ, ВАЖНО</i>	<b>25,7</b>	<b>9,0</b>	<b>12,7</b>	<b>23,0</b>
<i>СКОРЕЕ, НЕ ВАЖНО</i>	<b>13,2</b>	<b>3,6</b>	<b>3,4</b>	<b>3,6</b>
<i>ДЛЯ МЕНЯ ЭТА ПОДУШКА НЕ ВАЖНА И НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ</i>	<b>2,4</b>	<b>1,2</b>	<b>3,4</b>	<b>3,2</b>
<i>ДРУГОЕ/ЗАТРУДНИЛИСЬ</i>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>3,2</b>	<b>0,0</b>

Таблица 3.8. СКАЖИТЕ, ДЛЯ КАКИХ ЦЕЛЕЙ ВЫ ИЛИ ВАША СЕМЬЯ ОТКЛАДЫВАЕТ ДЕНЬГИ ИЛИ СОБИРАЕТСЯ НАЧАТЬ КОПИТЬ?. Сравнительные данные по целевым группам Программы.

ПЛАНИРУЕМЫЕ СТАТЬИ НАКОПЛЕНИЙ	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
НА ВСЯКИЙ СЛУЧАЙ, ПРО ЗАПАС	63,6	55,2	59,7	61,6
НА СТАРОСТЬ	1,5	12,4	50,0	11,6
НА ОТДЫХ	25,8	25,5	16,0	30,0
НА РЕМОНТ КВАРТИРЫ, ДОМА	15,9	15,9	8,3	17,9
НА ПОКУПКУ НЕДВИЖИМОСТИ	18,2	28,3	4,2	17,4
НА ОБРАЗОВАНИЕ	14,4	20,7	4,2	13,2
НА АВТОМОБИЛЬ	16,7	4,8	0,7	8,9
НА ПОКУПКУ ДОРОГИХ ВЕЩЕЙ	9,8	10,3	5,6	11,1
ДРУГОЕ/ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	4,5	0,7	12,3	1,6

Таблица 3.9. 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, %
<i>ДА, ХОРОШО ЗНАЮ</i>	15,6	38,3	27,0	21,6
<i>ЗНАЮ ОТЧАСТИ</i>	40,7	38,9	34,3	46,4
<i>НЕТ, НЕ ЗНАЮ</i>	36,5	20,4	34,2	27,3
<i>НИКОГДА НЕ ЗАДУМЫВАЛСЯ НАД ЭТИМ</i>	6,0	1,2	4,4	4,3
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	1,2	1,2	0,0	0,4

Таблица 3.10. **Сравнение альтернативных предложений целевыми группами Программы, прежде чем брать кредит.**

<b>ЕСЛИ ПЛАНИРУЕТЕ ВЗЯТЬ КРЕДИТ В БАНКЕ – СРАВНИВАЕТЕ И КРЕДИТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ МЕЖДУ СОБОЙ?</b>	<b>СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %</b>	<b>ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %</b>	<b>ПЕНСИОНЕРЫ, %</b>	<b>АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %</b>
<i><b>ВСЕГДА СРАВНИВАЮ</b></i>	<b>19,8</b>	<b>58,1</b>	<b>17,2</b>	<b>44,6</b>
<i><b>ЗАЧАСТУЮ СРАВНИВАЮ</b></i>	<b>8,4</b>	<b>9,0</b>	<b>8,3</b>	<b>12,9</b>
<i><b>ИНОГДА СРАВНИВАЮ</b></i>	<b>0,0</b>	<b>0,6</b>	<b>1,5</b>	<b>5,8</b>
<i><b>ПРАКТИЧЕСКИ НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ</b></i>	<b>0,0</b>	<b>2,4</b>	<b>1,5</b>	<b>2,2</b>
<i><b>НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ</b></i>	<b>0,6</b>	<b>0,0</b>	<b>2,5</b>	<b>2,1</b>
<i><b>КАТЕГОРИЧЕСКИ НЕ БЕРУ КРЕДИТЫ</b></i>	<b>61,7</b>	<b>29,3</b>	<b>66,7</b>	<b>30,6</b>
<i><b>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</b></i>	<b>9,6</b>	<b>0,6</b>	<b>2,5</b>	<b>1,8</b>

Таблица 3.11. Ответственность за финансовые потери с точки зрения целевых групп участников Программы.

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

Таблица 3.12. Осознание рисков и доходности при выборе финансовых продуктов, сравнительные данные по целевым группам Программы

<u>Как связаны риск и доходность при вложении денег на банковские счета, акции, облигации</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
РИСК И ДОХОДНОСТЬ НИКАК НЕ СВЯЗАНЫ	19,2	22,2	11,3	15,8
ЧЕМ ВЫШЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ	21,6	12,6	10,3	15,1
ЧЕМ НИЖЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ	46,7	55,1	47,1	59,4
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	12,6	10,2	31,4	9,7

Таблица 3.13. Оценка рисков при высокой ставке по депозиту /вкладу, сравнительные данные по целевым группам Программы

<u>Как вы думаете, какая процентная ставка по банковскому вкладу несет для вас определенные риски как для потребителя финансовых услуг?</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
СТАВКА 3-5%	4,2	9,0	4,4	5,8
СТАВКА 6-9%	17,4	24,0	16,2	13,7
СТАВКА ВЫШЕ 10 %	62,9	68,9	58,8	70,5
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	22,2	8,4	30,4	19,8

**Приложение 2. Распределение данных исследования по месту проживания респондентов (Калининград, малые города, поселки области)**

**Таблица 4.1. Вопрос: Скажите, вы считаете себя финансово грамотным человеком? Сравнительные данные субъективной оценки финансовой грамотности по месту проживания.**

<b><u>Скажите, вы считаете себя финансово грамотным человеком?</u></b>	<b>КАЛИНИНГРАД</b>	<b>МАЛЫЕ ГОРОДА</b>	<b>ПОСЕЛКИ</b>
<i>ДА, ОТЛИЧНЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ</i>	24,0	24,6	18,7
<i>УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ</i>	53,8	58,2	53,8
<i>НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЕ/ ЗНАНИЙ И НАВЫКОВ НЕТ</i>	21,5	16,4	27,5
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	0,6	0,9	0,0

**Таблица 4.2. Вопрос: Скажите, вы знаете о том, что в Калининградской области реализуется Программа повышения финансовой грамотности населения?**

<b>Информированность о программе</b>	<b>КАЛИНИНГРАД</b>	<b>МАЛЫЕ ГОРОДА</b>	<b>ПОСЕЛКИ</b>
<i>ДА, ЗНАЮ</i>	26,5	21,8	18,7
<i>ЧТО-ТО СЛЫШАЛ</i>	34,2	30,4	31,9
<i>НЕТ, ВПЕРВЫЕ СЛЫШУ</i>	39,3	47,8	49,5

**Таблица 4.3. Вопрос: СКАЖИТЕ, ВЫ САМИ ИЛИ КТО-ТО В ВАШЕЙ СЕМЬЕ ВЕДЕТ УЧЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ СЕМЬИ?**

<b>Ведение доходов и расходов домохозяйства</b>	<b>КАЛИНИНГРАД</b>	<b>МАЛЫЕ ГОРОДА</b>	<b>ПОСЕЛКИ</b>
ДА, УЧЕТ ВЕДЕТСЯ, ФИКСИРУЕТСЯ ВСЕ ПОСТУПЛЕНИЯ, ПЛАНИРУЮТСЯ И ВЕДУТСЯ РАСХОДЫ	40,7	36,7	19,8
ДА, УЧЕТ ЕСТЬ, НО НЕ ТАКОЙ ПОДРОБНЫЙ	34,0	40,0	39,0
НЕТ, УЧЕТ НЕ ВЕДЕТСЯ, НО В ЦЕЛОМ ИЗВЕСТНО, СКОЛЬКО ДЕНЕГ ПОСТУПИЛО И ТРАТИТСЯ В МЕСЯЦ	18,9	18,2	34,6
НЕТ, УЧЕТ НЕВЕДЕТСЯ И НЕИЗВЕСТНО СКОЛЬКО ПОСТУПИЛО И ПОТРАЧЕНО ЗА МЕСЯЦ	5,6	4,8	4,4
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	0,8	0,0	2,2

**Таблица 4.4. Вопрос: Посмотрите, пожалуйста, на карточку. Вы видели где-либо такой логотип Программы?**

<b>Узнаваемость бренда /логотипа/ Программы</b>	<b>КАЛИНИНГРАД</b>	<b>МАЛЫЕ ГОРОДА</b>	<b>ПОСЕЛКИ</b>
<i>ДА, ВИДЕЛ, ХОРОШО ЗНАЮ ЭТОТ ЛОГОТИП</i>	14,7	10,4	9,9
<i>ДА, ВИДЕЛ, НО НЕ ПОМНЮ, К ЧЕМУ ОТНОСИТСЯ ЛОГОТИП</i>	19,7	14,6	29,1
<i>НЕ ВСТРЕЧАЛ/НЕ ВИДЕЛ</i>	65,2	74,9	57,7
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ</i>	0,4	-	3,3

**Таблица 4.5. Скажите, о каких мероприятиях Программы повышения финансовой грамотности в Калининградской области вы слышали?**

*Сравнительные данные по месту проживания*

<b>Узнаваемость мероприятий Программы</b>	<b>КАЛИНИНГРАД</b>			<b>МАЛЫЕ ГОРОДА</b>			<b>ПОСЕЛКИ</b>		
<i>ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ, ФИНАНСОВЫЕ ИГРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ</i>		16,1		19,7		14,3			
<i>ОЛИМПИАДЫ И КОНКУРСЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ</i>		24,2		29,0		28,6			
<i>ЛЕКЦИИ, СЕМИНАРЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ АКТИВНОГО ТРУДОВОГО ВОЗРАСТА И ПЕНСИОНЕРОВ</i>		22,8		19,		24,2			
<i>ИНФОРМАЦИОННЫЕ БУКЛЕТЫ ПРОГРАММЫ ПО РАЗЛИЧНОЙ ТЕМАТИКЕ</i>		9,7		8.4		8,8			
<i>РАБОТА В СМИ- СТАТЬИ, ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ, РАБОТА В ИНТЕРНЕТЕ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ</i>		18,4		13,4		11,5			
<i>УРОКИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ ДОШКОЛЬНИКОВ, ШКОЛЬНИКОВ) И МОЛОДЕЖИ</i>		17,2		15,2		20,9			
<i>ПРЕМИЯ «ФИНАНСОВЫЙ ПРЕСТИЖ»</i>		2,5		3,0		6,6			
<i>НЕДЕЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ</i>		2,7		3,6		6.6			
<i>НЕДЕЛЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ</i>		10,6		9,0		3,3			
<i>КОНСУЛЬТАЦИИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ</i>		15,9		18,5		22,5			
<i>НИ О КАКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ НЕ СЛЫШАЛ</i>		42,9		50,4		48,9			

Таблица 4.6.. **Важность создания финансовой подушки безопасности по целевым группам Программы.**

СКАЖИТЕ, ДЛЯ ВАС ВАЖНО СОЗДАВАТЬ НЕКУЮ ФИНАНСОВУЮ ПОДУШКУ БЕЗОПАСНОСТИ НА СЛУЧАЙ КРИЗИСА И ДРУГИХ НЕПРЕДВИДЕННЫХ СИТУАЦИЙ?	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА	ПОСЕЛКИ
<i>ДА, ДЛЯ МЕНЯ ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНО</i>	<b>76,2</b>	<b>71,6</b>	<b>57,7</b>
<i>СКОРЕЕ, ВАЖНО</i>	<b>16,1</b>	<b>19,1</b>	<b>29,1</b>
<i>СКОРЕЕ, НЕ ВАЖНО</i>	<b>4,6</b>	<b>6,3</b>	<b>7,7</b>
<i>ДЛЯ МЕНЯ ЭТА ПОДУШКА НЕ ВАЖНА И НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ</i>	<b>2,3</b>	<b>2,1</b>	<b>4,4</b>
<i>ДРУГОЕ</i>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>1,1</b>
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>			

Таблица 4.7. **СКАЖИТЕ, ДЛЯ КАКИХ ЦЕЛЕЙ ВЫ ИЛИ ВАША СЕМЬЯ ОТКЛАДЫВАЕТ ДЕНЬГИ ИЛИ СОБИРАЕТСЯ НАЧАТЬ КОПИТЬ?.**

ПЛАНИРУЕМЫЕ СТАТЬИ НАКОПЛЕНИЙ	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА	ПОСЕЛКИ
<i>НА ВСЯКИЙ СЛУЧАЙ, ПРО ЗАПАС</i>	<b>51,9</b>	<b>62,2</b>	<b>78,4</b>
<i>НА СТАРОСТЬ</i>	<b>15,3</b>	<b>16,1</b>	<b>23,4</b>
<i>НА ОТДЫХ</i>	<b>30,1</b>	<b>17,3</b>	<b>10,8</b>
<i>НА РЕМОНТ КВАРТИРЫ, ДОМА</i>	<b>16,7</b>	<b>14,2</b>	<b>12,6</b>

НА ПОКУПКУ НЕДВИЖИМОСТИ	20,2	15,7	18,0
НА ОБРАЗОВАНИЕ	13,4	9,1	23,4
НА АВТОМОБИЛЬ	10,4	6,7	1,8
НА ПОКУПКУ ДОРОГИХ ВЕЩЕЙ	10,9	7,1	5,4
ДРУГОЕ/ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	6,0	4,3	5,4

Таблица 4.8. 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	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА	ПОСЕЛКИ
ДА, ХОРОШО ЗНАЮ	23,6	25,1	31,9
ЗНАЮ ОТЧАСТИ	40,6	41,5	38,5
НЕТ, НЕ ЗНАЮ	32,3	28,1	22,0
НИКОГДА НЕ ЗАДУМЫВАЛСЯ НАД ЭТИМ	2,9	4,2	7,7
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	0,6	1,2	-

Таблица 4.9. Сравнение альтернативных предложений целевыми группами Программы, прежде чем брать кредит.

<b>ЕСЛИ ПЛАНИРУЕТЕ ВЗЯТЬ КРЕДИТ В БАНКЕ – СРАВНИВАЕТЕ И КРЕДИТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ МЕЖДУ СОБОЙ?</b>	<b>КАЛИНИНГРАД</b>	<b>МАЛЫЕ ГОРОДА</b>	<b>ПОСЕЛКИ</b>
<i>ВСЕГДА СРАВНИВАЮ</i>	33,5	37,0	39,6
<i>ЗАЧАСТУЮ СРАВНИВАЮ</i>	9,7	10,4	14,3
<i>ИНОГДА СРАВНИВАЮ</i>	2,3	4,5	0,2
<i>ПРАКТИЧЕСКИ НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ</i>	2,7	1,2	1,1
<i>НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ</i>	1,9	1,5	0,1
<i>КАТЕГОРИЧЕСКИ НЕ БЕРУ КРЕДИТЫ</i>	47,9	41,2	44,0
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	2,5	4,2	1,1

Таблица 4.10. Ответственность за финансовые потери с точки зрения целевых групп участников Программы.

КТО НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СЛУЧАЕ ПОТЕРИ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ (БАНКАХ, СТРАХОВЫХ КОМПАНИЯХ, БРОКЕРСКИХ УСЛУГАХ И ПР.)	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА	ПОСЕЛКИ
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЦЕНТРОБАНКА РОССИИ</i>	17,0	15,2	13,2
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ</i>	3,3	2,4	4,4
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА НАШЕЙ ОБЛАСТИ</i>	6,8	10,1	12,6
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИИ</i>	19,3	20,6	15,4
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ФИНАНСОВОГО ИНСТИТУТА</i>	30,8	21,2	24,7
<i>СКОРЕЕ, МОЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</i>	16,8	26,3	24,7
<i>ТОЛЬКО МОЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</i>	24,8	27,2	29,7
<i>ДРУГОЕ/ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	9,5	6,0	6,6

Таблица 4.11. Осознание рисков и доходности при выборе финансовых продуктов, сравнительные данные по целевым группам Программы

<u>Как связаны риск и доходность при вложении денег на банковские счета, акции, облигации</u>	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА	ПОСЕЛКИ
РИСК И ДОХОДНОСТЬ НИКАК НЕ СВЯЗАНЫ	17,4	13,1	23,1
ЧЕМ ВЫШЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ	20,1	11,0	5,5
ЧЕМ НИЖЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ	46,0	60,0	58,2
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	16,6	15,8	13,2

Таблица 4.12. Оценка рисков при высокой ставке по депозиту /вкладу, сравнительные данные по целевым группам Программы

<u>Как вы думаете, какая процентная ставка по банковскому вкладу несет для вас определенные риски как для потребителя финансовых услуг?</u>	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА	ПОСЕЛКИ
СТАВКА 3-5%	7,9	5,1	4,4
СТАВКА 6-9%	17,	17,0	18,1
СТАВКА ВЫШЕ 10 %	70,8	66,5	52,7
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	16,1	20,9	27,5

Таблица 4.13. Скажите, вы или ваша семья откладываете деньги про запас, занимаетесь сбережениями, вкладами?

Стратегия сбережений	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА	ПОСЕЛКИ
<i>ДА, УЖЕ СОЗДАЕМ ФИНАНСОВУЮ ПОДУШКУ БЕЗОПАСНОСТИ</i>	50,3	46,0	54,4
<i>ПЛАНИРУЕМ НАЧАТЬ ОТКЛАДЫВАТЬ ДЕНЬГИ</i>	13,5	10,1	5,5
<i>НЕТ, НЕ ПОЛУЧАЕТСЯ-НЕТ СВОБОДНЫХ ДЕНЕГ</i>	29,6	41,8	34,6
<i>НЕТ, СЧИТАЮ ЧТО ЭТО НЕ НУЖНО</i>	3,1	0,9	3,3
<i>НЕТ, ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ РАСЧИТЫВАЮ НА КРЕДИТ ИЛИ ЗАЙМ</i>	0,8	0,6	-
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	2,7	0,3	2,2