

**Совместный Проект Минфина России и Всемирного банка**

**«Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»**

**Москва, 2018**

**УРОВЕНЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКи АЛТАЙ**

**ОТЧЕТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ   
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

МОСКВА, 2018

Оглавление

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc529990033)

[1. ИНДЕКС ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ 4](#_Toc529990034)

[Схема построения индекса 4](#_Toc529990035)

[Индекс финансовой грамотности населения региона 5](#_Toc529990036)

[2. СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИНДЕКСА ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ 8](#_Toc529990037)

[Финансовые знания 8](#_Toc529990038)

[Финансовое поведение 12](#_Toc529990039)

[Финансовые установки 19](#_Toc529990040)

[3. САМООЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И   
ИНФОРМИРОВАННОСТИ ПО РАЗЛИЧНЫМ ФИНАНСОВЫМ ТЕМАМ 23](#_Toc529990041)

[4. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СТРАТЕГИИ НАСЕЛЕНИЯ НА РЫНКЕ   
ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ 29](#_Toc529990042)

[Сберегательное поведение и материальное положение 30](#_Toc529990043)

[Заемное поведение и долговая нагрузка 42](#_Toc529990044)

[Платежное поведение и спрос на дистанционное банковское   
обслуживание 44](#_Toc529990045)

[5. ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ 51](#_Toc529990046)

[ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ 64](#_Toc529990047)

конфиденциально

# ВВЕДЕНИЕ

В настоящем отчете представлены результаты социологического исследования уровня финансовой грамотности взрослого населения Республики Алтай (от 18 до 79 лет). Исследование выполнено Аналитическим центром НАФИ в рамках совместного Проекта Минфина России и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

Повышение уровня финансовой грамотности населения является одним из приоритетов государственной политики, поскольку без должного уровня финансовой грамотности невозможно укрепление благосостояния граждан и развитие цивилизованного рынка финансовых услуг. Высокий уровень финансовой грамотности способствует обеспечению личной финансовой безопасности, помогает принимать оптимальные решения при управлении бюджетом, осуществлять обоснованный выбор финансовых продуктов, а также защищать свои права как потребителя финансовых услуг. Кроме того, повышение финансовой грамотности способствует привлечению долгосрочных инвестиционных ресурсов населения в экономику страны, а также обеспечению конкурентоспособности российского финансового рынка.

Для оценки эффективности мероприятий по повышению финансовой грамотности требуется системное наблюдение за динамикой показателей финансовой грамотностинаселения как на региональном, так и на национальном уровнях.

Сбор данных, представленных в отчете, осуществлен в ходе социологическогоопроса, реализованного в июле 2018 года. Опрос проводился методом личного интервью по месту жительства респондента. Интервью осуществлялось по формализованной анкете, состоящей преимущественно из закрытых вопросов.

Для реализации опроса была построена выборка взрослого населения региона, репрезентирующая население по трем социально-демографическим параметрам: пол, возраст, тип населенного пункта. Тип выборки – территориальная, стратифицированная, маршрутная. Объем выборки – 1034 человека. Максимальная статистическая погрешность выборки при доверительном уровне 0,95 составила ±3,1%.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Точки опроса*** | ***Количество респондентов*** |
| г. Горно-Алтайск | 294 |
| Турочакский муниципальный район | 59 |
| Усть-Коксинский муниципальный район | 78 |
| Улаганский муниципальный район | 55 |
| Кош-Агачский муниципальный район | 97 |
| Майминский муниципальный район | 156 |
| Шебалинский муниципальный район | 65 |
| Чойский муниципальный район | 40 |
| Онгудайский муниципальный район | 70 |
| Чемальский муниципальный район | 52 |
| Усть-Канский муниципальный район | 68 |
| **ВСЕГО** | **1034** |

# 1. ИНДЕКС ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Для оценки общего уровня финансовой грамотности населения региона используется *Индекс финансовой грамотности*. Индекс отражает способность человека к разумному управлению личными финансами. Методология измерения Индекса разработана Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)[[1]](#footnote-1). На данный момент в соответствии с этой методологией проводятся регулярные замеры уровня финансовой грамотности населения более чем в 30 странах мира, включая страны СНГ.

## Схема построения индекса

*Индекс финансовой грамотности* рассчитывается как сумма значений трех частных индексов, каждый из которых, в свою очередь, строится на основании ответов респондентов на отдельные вопросы анкеты.

Индекс меняется в диапазоне от 1 до 21 балла. Значения индекса в диапазоне 1-11 указывают на *низкий*, 12-15 – на *средний*, а 16-21 – на *высокий* уровень финансовой грамотности.

Частный индекс *Знания* меняется в диапазоне 0-7 баллов и отражает понимание человеком самых распространенных финансовых продуктов (вкладов и займов), инфляции, а также понятий риска и доходности. Его оценка проводится на основе анализа ответов респондентов на 7 вопросов, касающихся финансовой арифметики и базовых финансовых концептов / понятий.

Частный индекс *Навыки* меняется в диапазоне 0-9 баллов и отражает умение человека принимать взвешенные финансовые решения в повседневной жизни. Его оценка проводится на основе ответов на 9 вопросов о планировании расходов и доходов, ведении семейного бюджета, решения финансовых проблем, способах выбора финансовых продуктов и услуг.

Частный индекс *Установки* меняется в диапазоне 1-5 баллов и отражает ориентацию человека на достижение долгосрочных финансовых целей, понимание необходимости соблюдения разумного баланса трат и сбережений. Его оценка строится на основании 3 вопросов об отношении человека к финансам.

После расчета *Индекса финансовой грамотности* каждый регион получает буквенное обозначение, указывающее на его место в общероссийском рейтинге. Буква соответствует месту региона после упорядочения субъектов РФ по убыванию *Индекса*. Группа A (Высокий уровень) – регионы с наибольшим значением индекса (места 1-16 в упорядоченном списке регионов). Группа B (Выше среднего) – следующие за Группой А 16 регионов (места 17-32 в упорядоченном списке). Группа С (Средний уровень) – 19 регионов со средним значением индекса (места 33-51). Группа D (Ниже среднего) – 16 регионов после Группы С (места 52-67). Группа Е (Низкий уровень) – регионы с наименьшим значением индекса (места 68-83).

Таким же образом выполнена группировка регионов РФ по каждому из частных индексов.

## Индекс финансовой грамотности населения региона

Для Республики Алтай *Индекс финансовой грамотности* составил *12,39* баллов (общероссийский показатель составляет 12,12) при возможном максимуме в 21 балл. По значению Индекса Республика Алтай в общем рейтинге регионов России занимает место в *Группе В – «Выше среднего»***.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Регионы РФ, сгруппированные по величине Индекса финансовой грамотности*   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | ***Группа E***  ***Низкий уровень*** *(16 регионов)* | ***Группа D***  ***Ниже среднего*** *(16 регионов)* | ***Группа C***  ***Средний уровень*** *(19 регионов)* | ***Группа B***  ***Выше среднего*** *(16 регионов)* | ***Группа A***  ***Высокий уровень***  *(16 регионов)* |   *Республика Алтай – 12,39 баллов* |

На основании значений, которые принимает Индекс, могут быть выделены три группы населения – низкого (1-11 баллов), среднего (12-15 баллов), высокого (16-21 баллов) уровня финансовой грамотности.

Среди взрослого населения региона 10% демонстрируют высокий уровень финансовой грамотности, 50% – средний уровень, 40% – низкий уровень.

|  |
| --- |
| Доли населения региона по уровню финансовой грамотности, %, N=1034 |
|  |

Величина Индекса связана с уровнем дохода. Чем выше личный и среднедушевой доход жителей региона и чем лучше они оценивают финансовое положение своей семьи, тем больше значение Индекса. И наоборот, жители региона с низким доходом, проживающие в малообеспеченных семьях, имеют существенно меньшее среднее значение Индекса.

Величина Индекса зависит также от социально-демографических характеристик населения региона. Наибольшего значения он достигает у опрошенных средних лет (35-44 года), жителей региона с высшим образованием, работающих руководителями, активных пользователей финансовых услуг (2 и более). Наибольшее значение Индекса наблюдается у жителей региона, использующих вклады или инвестиционные инструменты. Напротив, наименьшие значения Индекс принимает у опрошенных без высшего образования, студентов, занятых малоквалифицированным трудом, а также у жителей региона, не использующих финансовые услуги.

*Значения Индекса финансовой грамотности в группах по доходу, баллы*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы[[2]](#footnote-2)** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

*Значения Индекса финансовой грамотности в социально-демографических и потребительских группах, баллы*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО  (интернет- , мобильный банк) |  |

# 2. СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИНДЕКСА ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

## Финансовые знания

Частный индекс *Знания* строится на основе анализа ответов респондентов на 7 вопросов: 4 вопроса по финансовой арифметике и 3 вопроса, касающиеся базовых финансовых концептов / понятий.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Вопрос | Индикатор | Варианты ответов/ Правильный ответ |
| ***Финансовая арифметика*** | | | |
| 1 | Представьте, что Вы одолжили другу на один вечер 25 рублей и на следующий день он Вам вернул 25 рублей. Сколько процентов он заплатил по этому займу? | Расчет процентов по займу | Открытый вопрос.  Правильный ответ «0 процентов». |
| 2 | Предположим, что Вы положили 100 рублей на счет в банк под 2% в год. Сколько денег будет на Вашем счете через 1 год? | Расчет простых процентов по вкладу | Открытый вопрос.  Правильный ответ «102 рубля». |
| 3 | Предположим, что Вы положили 100 рублей на счет в банк под 2% в год. Сколько будет на Вашем счете через 5 лет? | Расчет сложных процентов по вкладу | Выбор из нескольких вариантов ответа.  Правильный ответ «Более 110 рублей». |
| 4 | Братья получили в подарок деньги, но должны ждать один год прежде чем смогут ими воспользоваться, а инфляция при этом составляет 10%. Как Вы думаете, через год они смогут купить… | Расчет влияния инфляции | Выбор из нескольких вариантов ответа.  Правильный ответ «Меньше, чем могли бы купить сегодня». |
| ***Базовые финансовые концепты/понятия*** | | | |
| 5 | Истинно ли суждение: «Если кто-то предлагает Вам шанс получить много денег, то вероятно, что есть шанс и потерять много денег»? | Понимание взаимосвязи риска и доходности | Правильный ответ «Истина». |
| 6 | Истинно ли суждение: «Высокая инфляция значит, что стоимость жизни растет быстро»? | Понимание термина «инфляция» | Правильный ответ «Истина». |
| 7 | Истинно ли суждение: «Менее вероятно потерять все деньги, если сберегать их более, чем в одном месте»? | Понимание преимуществ диверсификации рисков | Правильный ответ «Истина». |

Вопросы по *финансовой арифметике* оказались в разной степени сложны для жителей региона: подавляющее большинство опрошенных (93%) смогли справиться с расчетом процентов по займу, также более половины респондентов справились и с расчетом простых процентов по вкладу (62%) и с вопросами, предполагающими расчет влияния инфляции (60%), однако расчет сложных процентов по вкладу вызвал у них существенно больше трудностей.

|  |
| --- |
| Вопросы по финансовой арифметике,  % правильных ответов, N=1034  **60%**  **Расчет влияния инфляции**  **93%**  **Расчет процентов по займу**  **62%**  **Расчет простых процентов по вкладу**  **43%**  **Расчет сложных процентов по вкладу** |

Блок *Базовые финансовые концепты / понятия*состоит из 3 суждений, каждое из которых отвечающий должен признать истинным или ложным. Подавляющее большинство жителей региона дали верные ответы по каждому из суждений.

|  |
| --- |
| Вопросы по финансовым рискам,  % правильных ответов, N=1034  **Понимание взаимосвязи риска и доходности**  **84**%  **Понимание преимуществ диверсификации рисков**  **78**%  **Понимание термина «инфляция»**  **76**% |

Частный индекс *Знания* для региона составил *4,82* балла (общероссийский показатель составляет *4,55 баллов*). В ряду других регионов РФ Республика Алтай располагается в *Группе A – «Высокий»***.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Регионы РФ, сгруппированные по величине частного индекса Знания*   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | ***Группа E***  ***Низкий уровень*** *(16 регионов)* | ***Группа D***  ***Ниже среднего*** *(16 регионов)* | ***Группа C***  ***Средний уровень*** *(19 регионов)* | ***Группа B***  ***Выше среднего*** *(16 регионов)* | ***Группа A***  ***Высокий уровень***  *(16 регионов)* |   *Республика Алтай – 4,82 балла* |

### Значения частного индекса Знания в отдельных группах

Частный индекс *Знания* тесно связан с доходом жителя региона, как личным, так и совокупным доходом домохозяйства.

*Значения частного индекса Знания в группах по доходу, баллы*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

Значения частного индекса **Знания** различаются у представителей отдельных социально-демографических групп.

Максимума индекс достигает у лиц с высшим образованием, работающих на руководящей должности.

Наименьшие значения частного индекса *Знания* наблюдаются у безработных / ведущих домашнее хозяйство, а также лиц старше 60 лет, без высшего образования.

Значение частного индекса *Знания* наиболее высоко среди активных потребителей финансовых услуг (особенно у владельцев банковских вкладов, а также у тех, кто пользуется дистанционным банковским обслуживанием (интернет-банкинг, мобильный банк).

*Значения частного индекса Знания в социально-демографических и потребительских группах, баллы*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО  (интернет- , мобильный банк) |  |

## Финансовое поведение

Частный индекс *Навыки* характеризует финансовое поведение, а именно способность принимать взвешенные финансовые решения в повседневной жизни. Его расчет проводится на основе ответов жителей региона на 9 вопросов о планировании расходов и доходов, ведении семейного бюджета, решении финансовых проблем, а также способах выбора финансовых продуктов и услуг.

| № | Вопрос | Индикатор | Варианты ответов/  Правильный ответ |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Ведение семейного бюджета / сбережение денег*** | | | |
| 1 | Скажите, пожалуйста, Ваша семья ведет бюджет, т.е. учитывает и планирует доходы, расходы, сбережения? | Ведение семейного бюджета | Выбор из нескольких вариантов ответа.  Правильный ответ: ведение семейного бюджета в любой форме |
| 2 | За последние 12 месяцев Вы лично сберегали деньги каким-либо из следующих способов или нет? | Осуществление сбережений | Выбор из нескольких вариантов ответа.  Правильный ответ: любой способ сбережения денег |
| ***Планирование трат и финансовые цели*** | | | |
| 3 | Согласны ли Вы с суждением «Перед тем как что-то купить, я обдумываю могу ли я позволить себе это»? | Ответственное планирование покупок | Правильный ответ: согласие |
| 4 | Согласны ли Вы с суждением «Я оплачиваю свои счета вовремя»? | Своевременная оплата счетов | Правильный ответ: согласие |
| 5 | Согласны ли Вы с суждением «Я лично внимательно слежу за состоянием своих финансов»? | Контроль личных финансов | Правильный ответ: согласие |
| 6 | Согласны ли Вы с суждением «У меня есть долгосрочные финансовые цели, которые я стараюсь достичь»? | Наличие долгосрочных финансовых целей | Правильный ответ: согласие |
| ***Решение финансовых проблем*** | | | |
| 7 | Иногда люди сталкиваются с ситуацией, когда их доходов не хватает на покрытие всех расходов на проживание. Что Вы делали, какие способы использовали, чтобы свести концы с концами, когда это произошло в последний раз? | Способы решения проблемы дефицита личных доходов | Выбор из нескольких вариантов ответа.  Правильные ответы: тратил сбережения, сократил расходы, продал что-то из имущества, нашел подработку |
| ***Выбор финансовых продуктов и услуг*** | | | |
| 8 | Какое из следующих утверждений лучше всего описывает то, как Вы выбирали услугу? | Сравнительный анализ при выборе услуги | Выбор из нескольких вариантов ответа.  Правильный ответ: «Я рассматривал несколько вариантов от разных компаний» |
| 9 | Какие источники информации оказали наибольшее влияние на Ваше решение при выборе этой услуги? | Источники информации | Выбор из нескольких вариантов ответа.  Правильные ответы: независимые источники информации (интернет, тематическая пресса, финансовые консультанты) |

Блок *Ведение семейного бюджета / сбережение денег*касается участия жителей региона в решении различных финансовых вопросов в собственной семье. Половина опрошенных (49%) ведут семейный бюджет в той или иной форме, однако только 20% делали сбережения за последний год.

|  |
| --- |
| *Ведение бюджета и формирование сбережений,  % правильных ответов, N=1034* |

Блок *Планирование трат и финансовые цели* характеризует практики жителей региона в сфере планирования покупок, оплаты счетов и постановки финансовых целей.

Подавляющее большинство опрошенных отметили, что своевременно оплачивают счета и заранее обдумывают свои покупки, а также внимательно следят за состоянием своих финансов в целом. При этом долгосрочные финансовые цели имеют лишь 61% жителей региона.

|  |
| --- |
| *Планирование трат и постановка финансовых целей, % правильных ответов N=1034*  **Ответственное планирование покупок**  **91**%  **Своевременная оплата счетов**  **81**%  **Контроль личных финансов**  **78**%  **Наличие долгосрочных финансовых целей**  **61**% |

Для расчета индикатора *Способы решения проблемы дефицита личных доходов*задавался вопрос о том, сталкивались ли опрашиваемые лично за последние 12 месяцев с ситуацией нехватки средств на основные расходы, и в случае утвердительного ответа предлагалось отметить способы решения этой проблемы.

Среди жителей региона треть (32%) сталкивались с нехваткой средств за прошедший год (по РФ в целом этот показатель составил 31%). Реже других с такой ситуацией сталкиваются жители городов, лица в возрасте от 18 до 24 лет, либо люди пенсионного возраста (от 60 лет и старше), студенты, руководители, опрошенные, имеющие высшее образование, а также вкладчики.

*Доля тех, кто сталкивался с нехваткой средств на основные расходы, в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО  (интернет- , мобильный банк) |  |

В соответствии с методикой, респондентам был предложен список вариантов решения проблемы дефицита личных доходов – всего 14 вариантов. Четыре из них являлись финансово грамотными.

Наиболее часто используемый способ – сокращение текущих расходов домохозяйства за счет урезания трат – к нему прибегали 35% жителей региона, сталкивавшихся с ситуацией нехватки средств. Реже использовались другие варианты грамотного решения проблемы: 20% жителей региона прибегали к поиску дополнительного заработка (нового источника дохода), 6% опрошенных были вынуждены расходовать сбережения (имевшиеся на счету в банке или дома в форме наличных), столько же продавали какое-либо личное имущество, столкнувшихся с финансовыми трудностями.

|  |
| --- |
| Финансово грамотные способы решения проблемы нехватки доходов для покрытия основных расходов (% от сталкивавшихся с ситуацией нехватки средств), N=335  **6%**  **Расходование сбережений**  **35%**  **Сокращение расходов**  **20%**  **Поиск подработки**  **6%**  **Продажа имущества** |

Индикатор *Выбор финансовых продуктов и услуг*отражает ответы опрошенных на вопрос об их поведении при выборе финансовой услуги. Предполагается, что финансово грамотный человек рассматривает предложения от разных компаний, прежде чем приобретет услугу, и использует различные независимые источники информации при осуществлении выбора.

Среди жителей региона, оформлявших кредит за последний год, 42% рассматривали предложения от разных финансовых организаций.

|  |
| --- |
| Практики выбора кредитных продуктов, % от заемщиков, N=431  *«Какое из следующих утверждений лучше всего описывает то, как Вы выбирали банковский кредит?»* |

Грамотное финансовое поведение предполагает использование независимых источников информации при выборе финансовой услуги. «Независимость» источника информации согласно методике расчета индекса означает определенную отстраненность как от самой организации, предлагающей финансовую услугу, так и от личного опыта человека и опыта его ближайшего окружения. К независимым источникам информации обращались всего 11% заемщиков в регионе.

|  |
| --- |
| Источники информации при выборе кредитных продуктов,  % от заемщиков, N=431  ***Прочие источники*** *(сотрудники банка, друзья/знакомые, собственный опыт)*  ***Независимые источники*** *(поиск в интернете, тематическая пресса, финансовые консультанты)*  *«Какие источники информации оказали наибольшее влияние на Ваше решение при выборе банка?»* |

Для региона значение индекса *Навыки* составило 5*,03* балла (общероссийский показатель составляет *4,78 баллов*). В ряду других регионов РФ Республика Алтай располагается в *Группе B – «Выше среднего»***.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Регионы РФ, сгруппированные по величине частного индекса Навыки*   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | ***Группа E***  ***Низкий уровень*** *(16 регионов)* | ***Группа D***  ***Ниже среднего*** *(16 регионов)* | ***Группа C***  ***Средний уровень*** *(19 регионов)* | ***Группа B***  ***Выше среднего*** *(16 регионов)* | ***Группа A***  ***Высокий уровень***  *(16 регионов)* |   *Республика Алтай – 5,03 балла* |

### Значения частного индекса Навыки в отдельных группах

Частный индекс *Навыки* тесно связан с социально демографическими характеристиками жителей региона. Он достигает наибольших значений у работающих руководителями и квалифицированными специалистами, респондентов, имеющих высшее образование. Наименьшие значения индекса – у молодежи 18-24 лет, студентов, людей без высшего образования.

Если сравнивать значения частного индекса среди разных групп пользователей финансовых услуг, то можно сделать вывод, что он наиболее высок у активных потребителей финансовых услуг, особенно вкладчиков.

*Значения частного индекса Навыки в социально-демографических и потребительских группах, баллы*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |

Частный индекс *Навыки* связан с личным доходом жителей региона, а также их материальным положением и покупательной способностью – чем выше уровень личного и семейного дохода, тем выше значение частного индекса.

*Значения частного индекса Навыки в группах по доходу, баллы*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

## Финансовые установки

Частный индекс *Установки* строится на основании трех индикаторов, отражающих склонность человека к расходованию или накоплению денежных средств.

| № | Вопрос | Индикатор | Варианты ответов/  Правильный ответ |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Согласны ли Вы с суждением «Я стараюсь жить сегодняшним днем, а завтра само о себе позаботится»? | Установка на планирование жизни | Правильный ответ: НЕсогласие |
| 2 | Согласны ли Вы с суждением «Мне больше нравится тратить деньги, чем сберегать их на длительный срок»? | Ориентация на долгосрочные сбережения | Правильный ответ: НЕсогласие |
| 3 | Согласны ли Вы с суждением «Деньги нужны для того, чтобы их потратить»? | Комплексное понимание роли денег | Правильный ответ: НЕсогласие |

Всего 38% респондентов выбрали корректный вариант ответа для индикатора «Установка на планирование жизни» (выражается через несогласие с суждением «Я стараюсь жить сегодняшним днем, а завтра само о себе позаботится»). Два близких индикатора «Ориентация на долгосрочные сбережения» и «Комплексное понимание роли денег» получили гораздо меньшую поддержку населения Республики Алтай – 18% и 17%.

|  |
| --- |
| *Финансовые установки,  % правильных ответов, N=1034*  Установка на планирование жизни  **38**%  Ориентация на долгосрочные сбережения  **18**%  Комплексное понимание роли денег  **17**% |

Значение индекса *Установки* для региона составило *2,54* балла (общероссийский показатель составляет 2,79 баллов). В ряду других регионов РФ он располагается в *Группе E – «Низкий уровень».*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Регионы РФ, сгруппированные по величине частного индекса Установки*   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | ***Группа E***  ***Низкий уровень*** *(16 регионов)* | ***Группа D***  ***Ниже среднего*** *(16 регионов)* | ***Группа C***  ***Средний уровень*** *(19 регионов)* | ***Группа B***  ***Выше среднего*** *(16 регионов)* | ***Группа A***  ***Высокий уровень***  *(16 регионов)* |   *Республика Алтай – 2,54 балла* |

### Значения частного индекса Установки в отдельных группах

Как уже отмечалось, сводный Индекс финансовой грамотности и две его составляющие – частные индексы Знания и Навыки – существенно зависят от социально-демографических характеристик опрошенных. Третий компонент Индекса финансовой грамотности – частный индекс *Установки* – также зависит от рассматриваемых социально-демографических параметров: наименьших значений он достигает у мужчин, молодежи (18-24 лет), студентов, рабочих и жителей, не имеющих высшего образования.

*Значения частного индекса Установки в социально-демографических и потребительских группах, баллы*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО  (интернет- , мобильный банк) |  |

*Значения частного индекса Установки в группах по доходу, баллы*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

# 3. САМООЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И ИНФОРМИРОВАННОСТИ ПО РАЗЛИЧНЫМ ФИНАНСОВЫМ ТЕМАМ

Завышенная самооценка финансовой грамотности создает риски для самого субъекта финансовых отношений. Человек, не обладающий должными знаниями/ навыками/ установками (имеющий низкий индекс финансовой грамотности), но оценивающий себя на «пятерку», по причине избыточной самоуверенности, особенно подвержен рискам на рынке финансовых услуг.

В ходе опроса жителям региона предлагалось дать оценку своему умению распоряжаться личными денежными средствами, используя 5-балльную шкалу (1 – «Совсем не умею», 5 – «Очень хорошо умею»). Низко оценили (1-2 балла) свое умение распоряжаться деньгами 13% жителей региона. На «хорошо» и «отлично» – 47% населения региона.

|  |
| --- |
| Умение распоряжаться своими деньгами, %, N=1034  *«Оцените, пожалуйста, насколько хорошо Вы лично умеете распоряжаться своими деньгами. Используйте пятибалльную шкалу, где 1 означает, что Вы совсем не умеете, а 5 – что Вы очень хорошо умеете распоряжаться своими деньгами»* |

Самооценка умения распоряжаться деньгами в целом согласуется с рассчитанным выше Индексом финансовой грамотности[[3]](#footnote-3): чем ниже самооценка финансовой грамотности, тем, как правило, ниже Индекс финансовой грамотности и, наоборот, с возрастанием самооценки увеличивается и значение Индекса финансовой грамотности. Это означает, что респонденты адекватно оценивают свое умение грамотно распоряжаться деньгами.

|  |
| --- |
| *Среднее значение Индекса финансовой грамотности у опрошенных с разной самооценкой умения распоряжаться деньгами, N=1034*  *высокая*  *низкая* |

Самооценка умения распоряжаться деньгами хорошо согласуется с уровнем покупательной способности семьи и ее материальным положением: те, кто говорит о высоком уровне семейного благосостояния, чаще всего высоко оценивают и свое умение грамотно распоряжаться деньгами.

Также чем выше профессиональный статус и уровень образования человека, тем чаще он дает высокие оценки собственному умению распоряжаться деньгами. От пола и возраста самооценка не зависит и лишь незначительно снижается у лиц в возрасте от 45 до 59 лет.

*Самооценка умения распоряжаться деньгами в группах по доходу, среднее значение по 5-балльной шкале*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

*Самооценка умения распоряжаться деньгами в социально-демографических и потребительских группах, среднее значение по 5-балльной шкале*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Одним из признаков финансовой грамотности человека является уровень его *информированности* по различным финансовым темам. В анкете массового опроса жителям региона предлагалось самостоятельно оценить свою информированность по шести темам, касающимся сокращения финансовых рисков.

Жители региона в несколько меньшей степени информированы о том, как отличить объективную информацию о финансовых услугах от рекламы, о том, какие существуют законы, защищающие права потребителей и как обезопасить себя от финансового мошенничества.

|  |
| --- |
| *Доля информированных по различным финансовым темам, %, N=1034*  *«Насколько Вы считаете себя хорошо информированным по следующим финансовым темам?»* |

Для характеристики самооценки финансовой информированности каждого опрошенного рассчитывается среднее значение его ответов по всем 6 темам: каждый опрошенный получает балл по шкале от 1 – «Ничего не знаю» до 4 – «Знаю подробно».

Чем выше профессиональный статус и уровень образования человека, тем чаще он дает высокие оценки собственной финансовой информированности. Активные пользователи финансовых услуг, а также лица, имеющие вклады выше прочих оценивают свою информированность. От возраста самооценка финансовой информированности не зависит пока сравнение ведется в диапазоне 18-44 лет, но она начинает снижаться в более зрелом возрасте (45-59 лет) и существенно падает у лиц пенсионного возраста (60 лет и старше). Самооценка финансовой информированности хорошо согласована с Индексом финансовой грамотности: чем выше значение Индекса, тем выше информированность.

*Самооценка финансовой информированности в социально-демографических и потребительских группах, среднее значение по 4-балльной шкале*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Самооценка финансовой информированности растет вместе с благосостоянием: чем выше личный/семейный доход и покупательная способность семьи, тем чаще опрошенные говорят о высокой информированности по финансовым темам.

*Самооценка финансовой информированности в группах по доходу, среднее значение по 4-балльной шкале*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

# 4. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СТРАТЕГИИ НАСЕЛЕНИЯ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Понимание особенностей потребительских стратегий населения на рынке финансовых услуг возможно через рассмотрение нескольких показателей. Первым в ряду таких показателей идет уровень пользования финансовыми услугами.

В целом, население региона активно пользуется финансовыми услугами – 86% опрошенных за последний год использовали какие-либо из них. Доля тех, кто совсем не использует финансовые услуги составляет 14%. Заметно выше доля «не-пользователей» в старшей возрастной группе (60-79 лет) – 27%, среди жителей без высшего образования (17%) и с низким уровнем финансовой грамотности (24%).

*Доля не пользующихся финансовыми услугами в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

## Сберегательное поведение и материальное положение

Важную информацию о финансовых стратегиях жителей региона можно получить при анализе их сберегательного поведения и материального положения. Эти показатели тесно связаны – они показывают в какой мере население склонно к выстраиванию своих финансовых планов в долгосрочной перспективе и насколько ответственно подходит к обеспечению собственного благополучия.

Базовая характеристика финансовой устойчивости семьи – время, в течение которого семья может сохранять привычный уровень жизни в случае потери основного источника дохода. 52% жителей региона сообщили, что этот срок не превысит один месяц. Средняя же продолжительность сохранения привычного уровня жизни – 50 дней[[4]](#footnote-4).

|  |
| --- |
| *Продолжительность сохранения привычного уровня жизни семьи в случае потери дохода, %, N=1034*  *«Если Ваша семья потеряет основной источник дохода, как долго Вы сможете оплачивать все необходимые расходы, не занимая денег?»* |

В среднем по России этот показатель выше – 59 дней, Республика Алтай в сравнении с другими регионами РФ занимает место в Группе D – «Ниже среднего».

|  |
| --- |
| *Регионы РФ, упорядоченные по продолжительности сохранения привычного уровня жизни семьи в случае потери ее дохода, дни*  *Республика Алтай – 50 дней*  *Группа A Высокий*  *Группа B Выше среднего*  *Группа C Средний*  *Группа D Ниже среднего*  *Группа E Низкий* |

Финансово грамотное поведение предполагает регулярное пополнение сберегательной «подушки безопасности» в соответствии с принципом «сначала отложить, оставшееся потратить». Такой стратегии придерживаются 11% жителей региона. Сначала тратят деньги на текущие нужды и потом откладывают остаток 25% населения. В зоне наибольшего риска находятся 63% жителей региона, которые не делают сбережений совсем.

|  |
| --- |
| *Распоряжение доходами в повседневной жизни,  %, N=1034*  *«Как Вы (Ваша семья) обычно распоряжаетесь доходами в повседневной жизни?»* |

В группе лиц с низким уровнем финансовой грамотности 76% тратят все деньги на текущие нужны и ничего не откладывают. Напротив, среди жителей региона с высоким уровнем финансовой грамотности таковых меньше – 36%. Также отсутствие сбережений менее характерно для руководителей и людей с высшим образованием.

*Доля не делающих сбережений в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Доля граждан, не формирующих финансовую «подушку безопасности», ожидаемо выше среди семей с низким уровнем благосостояния. Так, среди характеризующих свое материальное положение как хорошее и отличное тратят все деньги на текущие расходы 44%, в то время как среди жителей региона с плохим и очень плохим положением – 80%.

*Доля не делающих сбережений в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

Если говорить о формах сбережения денег, то среди жителей региона в равной степени распространены как наличные накопления дома, так и наличие банковских вкладов. Наличные накопления дома за последние 12 месяцев делали 14% опрошенных. Сбережения в форме банковских вкладов, сберегательных счетов, инвестиционных инструментов характерны для 13% населения. Большинство опрошенных (73%) совсем не делали сбережений за последний год.

|  |
| --- |
| *Способы сбережения денег, %, N=1034* |
| *«За последние 12 месяцев Вы лично сберегали деньги каким-либо из следующих способов или нет?»* |

В среднем по России за последние 12 месяцев делали сбережения в какой-либо форме 49% населения. Этот показатель для региона значительно ниже среднероссийского и составляет 27% (Группа E – Низкий уровень).

|  |
| --- |
| *Регионы РФ, упорядоченные по доле сберегающих деньги, %*  *Республика Алтай – 27%*  *Группа A Высокий*  *Группа B Выше среднего*  *Группа C Средний*  *Группа D Ниже среднего*  *Группа E Низкий* |

Практика формирования сбережений через различные финансовые инструменты в большей мере характерна для руководителей, жителей региона с высшим образованием, имеющих банковские вклады, опрошенных с высоким уровнем финансовой грамотности.

*Способы сбережения денег, в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Финансовая грамотность и ее компоненты связаны с материальным положением. Оценка материального положения возможна как в прямом денежном выражении, так и опосредованно – через качественную субъективную оценку материального положения семьи (в терминах «хорошо-плохо»).

17% семей в регионе имеют душевой доход[[5]](#footnote-5) более 15 тыс. рублей. Половина семей (52%) имеют доход менее 10 тыс. рублей на одного члена.

|  |
| --- |
| *Среднемесячный душевой доход, %, N=1034*  *«Каков был совокупный среднемесячный доход Вашей семьи в последнее время?»*  *«Сколько человек проживает вместе с Вами, включая Вас?»* |

Другой способ описания материального положения семьи – его самооценка в категориях «хорошее / плохое». Как «хорошее» или «отличное» охарактеризовали свое материальное положение 21% жителей региона. «Удовлетворительным» его назвали 56% населения. Выбрали варианты ответов «Плохое» или «Очень плохое» 23% опрошенных.

|  |
| --- |
| *Самооценка материального положения семьи, %, N=1034*  *«Как бы Вы оценили текущее материальное положение Вашей семьи?»* |

Для субъективных оценок материального положения (кроме первой и последней категорий, ввиду их малочисленности) были рассчитаны соответствующие им средние (медианные) значения душевого дохода.

Самооценке «Плохое материальное положение» соответствует душевой доход 7 500 рублей. При душевом доходе 13 750 рублей респонденты считают материальное положение своей семьи «Хорошим».

|  |  |
| --- | --- |
| *Материальное положение* | *Душевой доход, медианное значение, руб.* |
| Плохое | 7 500 |
| Удовлетворительное | 8 750 |
| Хорошее | 13 750 |

Республика Алтай находится в *Группе C – «Средний»* списка регионов РФ по самооценке материального положения (рассчитывалась как среднее значение вариантов ответа, от 1 – «Очень плохое» до 5 – «Отличное»).

|  |
| --- |
| *Регионы РФ, упорядоченные по самооценке материального положения, баллы*  *Республика Алтай – 2,97*  *Группа A Высокий*  *Группа B Выше среднего*  *Группа C Средний*  *Группа D Ниже среднего*  *Группа E Низкий* |

Дополнительной характеристикой материального положения семьи является «финансовый оптимизм» – ожидаемые изменения материального положения семьи в ближайший год.

Позитивные ожидания имеют 22% жителей региона. Напротив, предвидят ухудшение ситуации 16% населения. Не ожидают каких-либо изменений в своем материальном положении – как позитивных, так и негативных – 57% опрошенных.

|  |
| --- |
| *Ожидания населения по поводу изменения материального положения, %, N=1034*  *«Как Вы думаете, как изменится материальное положение Вашего домохозяйства в ближайшие 12 месяцев?»* |

Уровень финансового оптимизма населения Республики Алтай (22%) несколько выше общероссийского показателя (19%).

|  |
| --- |
| *Регионы РФ, упорядоченные по финансовому оптимизму (доля населения, ожидающего улучшения материального положения), %*  *Республика Алтай – 22%*  *Группа A Высокий*  *Группа B Выше среднего*  *Группа C Средний*  *Группа D Ниже среднего*  *Группа E Низкий* |

Молодежь Республики Алтай – самая оптимистичная группа населения (53% молодежи в возрасте 18-24 лет ожидают улучшения материального положения уже в ближайшие 12 месяцев). С возрастом оптимизм убывает и после 60 лет доля оптимистов составляет только 8%. Также высока доля оптимистов у лиц, занимающих руководящие должности и у студентов.

Как правило, чем выше Индекс финансовой грамотности, тем чаще опрошенные уверены в улучшении своего материального положения. Однако в республике Алтай данная зависимость незначительна: среди жителей региона с высоким уровнем финансовой грамотности доля оптимистов составляет всего 26%, а среди жителей с низки уровнем – 21%.

*Доля ожидающих улучшения материального положения в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Плохое материальное положение, как правило, является препятствием для оптимистических ожиданий финансовых перемен: чем ниже доход опрошенных (личный или среднедушевой), тем реже они предполагают позитивные изменения материального положения семьи в ближайшие 12 месяцев. Напротив, опрошенные с более высоким уровнем благосостояния выражают финансовый оптимизм гораздо чаще.

*Доля ожидающих улучшения материального положения в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

## Заемное поведение и долговая нагрузка

Способность правильно соотносить свой уровень дохода с допустимой долговой нагрузкой – одна из важных характеристик финансовой грамотности.

За последний год 45% населения региона пользовались какими-либо видами кредитов и займов (банковские кредиты – 42%, другие формы займов –3%). Не имеют кредитов и займов 55% населения.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Наличие кредитов и займов,  %, N=1034* | | |
| **Банковский  кредит** | **Другие формы  займов** | **Не имеют  займов** |
| **42**% | **3**% | **55**% |
| *«Вспомните, пожалуйста, за последний год какими видами кредитов, займов пользовались Вы лично, Ваша семья»*  *Примечание: сумма % больше 100, т.к. допустимо несколько ответов* | | |

Кредиты несколько чаще встречаются у представителей низкодоходных групп населения и у опрошенных, чей личный среднемесячный доход колеблется в диапазоне от 30 001 до 40 000 рублей. Но эта разница не значима и можно говорить об одинаковом уровне пользования кредитами в разных группах по доходу.

*Доля имеющих кредит или займ в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

Доля имеющих кредит выше у лиц среднего возраста (35-44 лет), среди квалифицированных специалистов и руководителей, жителей региона с высшим образованием, опрошенных с высоким уровнем финансовой грамотности.

*Доля имеющих кредит или займ в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

При оформлении кредита грамотный человек должен рассчитать возможную для себя долговую нагрузку – какую часть своих доходов он будет тратить на выполнение кредитных обязательств. Допустимым уровнем долговой нагрузки считается доля выплат по кредиту, не превышающая 30% дохода. Результаты проведенного опроса в регионе показывают, что 25% заемщиков находятся в зоне риска – доля ежемесячных выплат по займу у них составляет более 30% дохода.

|  |
| --- |
| *Доля ежемесячных выплат по кредитам и займам, % от заемщиков, N=453*  *«В настоящее время какую примерно долю в общем семейном доходе составляют ежемесячные выплаты по кредиту(ам) / займу(ам)?»* |

## Платежное поведение и спрос на дистанционное банковское обслуживание

Финансово грамотный человек использует в повседневной жизни современные платежные инструменты и дистанционные каналы банковского обслуживания.

Банковская карта – наиболее распространенный финансовый продукт среди жителей региона (ими пользуются 75% населения). При этом имеют как минимум две карты 29% опрошенных.

|  |
| --- |
| *Использование карт, %, N=1034* |
|  |
| *«Посмотрите на карточку и скажите, какими из перечисленных на карточке финансовых продуктов Вы лично пользовались за последний год, включая настоящее время» несколько вариантов ответа* |

Не пользуются какими-либо банковскими картами 25% жителей региона. Доля таковых выше граждан преклонного возраста, рабочих, опрошенных без высшего образования, с низким уровнем финансовой грамотности.

*Доля не пользующихся картами в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

В разной степени распространено использование банковских карт среди различных групп населения по уровню дохода. В целом: доля не использующих карты тем выше, чем хуже материальное положение семьи. Так среди семей с хорошим и отличным уровнем материального положения не используют карты 18% опрошенных, среди семей с плохим и очень плохим – 34%.

*Доля не пользующихся картами в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

Отдельной характеристикой платежного поведения являются предпочтения наличной либо безналичной форм оплаты для совершения повседневных покупок. Как показали результаты опроса, предпочитают использовать безналичную форму оплаты 16% населения. Консервативный способ – оплату наличными – предпочитают 36% населения. При этом среди них 47% имеют банковскую карту.

|  |
| --- |
| *Способы повседневной оплаты товаров и услуг, %, N=1034*  *«Каким образом Вы обычно осуществляете повседневную оплату товаров и услуг?»* |

Чаще отдают приоритет наличным как способу оплату повседневных трат жители сельской местности региона, лица преклонного возраста (60-79 лет), имеющие низкий профессиональный статус (технический и обслуживающий персонал, рабочие), население с низким уровнем финансовой грамотности.

*Доля предпочитающих оплату наличными в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Оплата повседневных трат с помощью наличных также более характерна для жителей региона с низким уровнем благосостояния. Так, среди опрошенных, чьих доходов хватает в лучшем случае на покупку продуктов питания, доля использующих преимущественно наличные составляет 48%, в то время как среди жителей, способных купить бытовую технику или более дорогие товары – 24%.

*Доля предпочитающих оплату наличными в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

Отдельным показателем платежного поведения населения выступает уровень использования дистанционных каналов банковского обслуживания (интернет-банка и мобильного банка).

В целом дистанционным банковским обслуживанием (ДБО) пользуются 29% населения региона. За последние 12 месяцев использовали Интернет-банк 17% жителей региона, пользовались мобильным банком (приложением для мобильного устройства) 26% населения.

Активнее пользуются ДБО молодежь в возрасте от 18 до 24 лет, респонденты с высоким профессиональным статусом (квалифицированные специалисты и руководители), жители региона с высшим образованием, опрошенные с высоким уровнем финансовой грамотности.

*Доля пользующихся дистанционным банковским обслуживанием в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Ожидаемо отличается уровень использования ДБО среди различных групп населения по доходу. Общий принцип – чем выше объективные показатели дохода, тем выше уровень использования каналов ДБО.

*Доля пользующихся дистанционным банковским обслуживанием в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

# 5. ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Одной из целей повышения финансовой грамотности населения является обеспечение его финансовой безопасности, защита прав потребителей финансовых услуг, повышение уровня доверия к финансовым институтам.

В исследовании были рассмотрены следующие вопросы:

* Осведомленность о потенциальных рисках на рынке финансовых услуг
* Способность к распознаванию финансовых пирамид
* Практика изучения договора перед приобретением финансовых услуг
* Осведомленность о системе страхования вкладов
* Знание институтов, защищающих права потребителей финансовых услуг
* Доверие к различным финансовым институтам

Блок *Осведомленность о потенциальных рисках* на рынках финансовых услуг включает 3 вопроса. Подавляющее большинство жителей региона правильно определяют связь между риском и доходностью инвестиций и понимают, что диверсификация сбережений (размещение их в разных местах) позволяет снизить риск потери всех средств.

|  |
| --- |
| *Оценка финансовых рисков: % давших верные ответы на вопросы о потенциальных финансовых рисках, N=1034* |

Финансовая грамотность предполагает умение распознавать недобросовестных участников рынка финансовых услуг, в том числе финансовые пирамиды. В рамках исследования респондентам был предложен список из 7 возможных признаков финансовых пирамид, среди которых нужно было определить не менее 3 верных. К ним относятся отсутствие лицензии, завышенная гарантированная доходность инвестиций, отсутствие подтвержденного опыта на рынке, непрозрачные условия договора.

В целом, уверенно способны распознать финансовую пирамиду 24% жителей региона.

|  |
| --- |
| *Способность распознать финансовую пирамиду, %, N=1034* |
|  |
| *«Иногда среди финансовых организаций встречаются недобросовестные, в том числе те, которые строят финансовые пирамиды. Какие из этих характеристик являются, на Ваш взгляд, признаками финансовой пирамиды?»* |

Наблюдается взаимосвязь между способностью к распознаванию финансовых пирамид и уровнем дохода населения: чем выше уровень дохода, тем лучше способности к распознаванию этой формы мошенничества.

*Доля способных распознать финансовую пирамиду,  
 в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

Лучше справляются с распознаванием финансовых пирамид жители столицы региона, респонденты мужского пола, опрошенные с высоким профессиональным статусом (квалифицированные специалисты и руководители), жители региона с высшим образованием, активные пользователи финансовых услуг (особенно вкладчики и пользователи ДБО), лица с высоким уровнем финансовой грамотности.

*Доля способных распознать финансовую пирамиду,  
 в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Чтобы не стать жертвой недобросовестных участников рынка финансовых услуг важно внимательно читать договор перед подписанием и прояснять все непонятные условия. Среди жителей региона 28% не проявляют достаточной осторожности при приобретении финансовых услуг: 13% подписывают договор, не читая, 15% читают договор, но даже если что-то не понимают, всё равно ставят свою подпись. Максимальную предусмотрительность проявляют 16% жителей региона, которые подписывают договор только после внимательного ознакомления с ним и поиска дополнительной информации.

|  |
| --- |
| *Подписание договора при приобретении финансовой услуги, %, N=1034*  *«Какое из утверждений больше всего соответствует тому, как Вы обычно подписываете договоры при приобретении финансовой услуги?»* |

«Неосторожные» потребители финансовых услуг (подписывают договор, не читая / не понимая) особенно часто встречаются среди людей пожилого возраста (60-79 лет – 32%), рабочих (35%), заемщиков (35%), а также среди опрошенных с низким уровнем финансовой грамотности (35%).

*Доля подписывающих договор не читая/ не понимая,  
 в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Небрежное отношение к договору при приобретении финансовой услуги более характерно для малообеспеченных групп населения. Чем выше личный/семейный доход, тем более аккуратны опрошенные в отношении финансовых документов.

*Доля подписывающих договор не читая / не понимая,  
в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

Гарантировать доходность и возвратность вложений могут только банки, участвующие в государственной системе страхования вкладов. Осведомленность населения о системе является элементом финансовой грамотности, позволяет осознанно выбирать надежных поставщиков финансовых услуг, избегая потери вложений.

Знают о системе страхования вкладов и могут назвать максимальный размер компенсации вкладчику в случае отзыва лицензии банка только 8% жителей региона (общероссийский показатель существенно выше – 19%). Подавляющее большинство опрошенных не знают о системе или знают о ней понаслышке.

|  |
| --- |
| *Знание о системе страхования банковских вкладов, %, N=1034*  *«В России существует система страхования банковских вкладов на случай отзыва у банка лицензии. Что Вы знаете об этой системе? Каков максимальный размер компенсации?»* |

Среди пользователей различных финансовых услуг лучше всех о системе страхования вкладов осведомлены лица, занимающие руководящие должности (22%), вкладчики (19% вкладчиков имеют верное представление о гарантированной компенсации).

Знание о размере компенсации связано с финансовой грамотностью: в группе с высоким значением Индекса финансовой грамотности (16-21 балл) о размере компенсации знает 14%, а в группе с низким значением Индекса (1-11 баллов) – только 3%.

*Доля знающих о размере компенсации вкладчику,  
 в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Чем лучше материальное положение жителя региона (личный доход, семейные финансы), тем чаще он обладает верной информацией о размере компенсации вкладчику.

*Доля знающих о размере компенсации вкладчику,  
в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

Финансовая грамотность человека неразрывно связана со знанием своих прав, как потребителя финансовых услуг и институтов, защищающих эти права. В целом у жителей региона не сформировано единого понимания, в какую организацию следует обращаться в случае нарушения их прав. На открытый вопрос (без заданных вариантов ответа) об организациях, защищающих права потребителей финансовых услуг, респонденты давали разноплановые ответы – от суда (37%) до налоговой службы (менее 0,5%). Не смогли дать содержательный ответ на данный вопрос 18% опрошенных.

|  |
| --- |
| *Организации, защищающие права потребителей финансовых услуг, открытый вопрос, %, N=1034*  *«Скажите, пожалуйста, куда, на Ваш взгляд, нужно обращаться с жалобой на банк, страховую компанию в случае, если Вы считаете, что Ваши права нарушены?»* |

Основой развития цивилизованного рынка финансовых услуг является доверие потребителя к финансовым институтам. В ходе исследования респондентам предлагалось оценить собственное доверие или недоверие к различным финансовым организациям. Наибольший уровень доверия жители региона проявляют к банкам (61%). На втором месте с существенным отрывом – страховые компании (22%). Тройку замыкают негосударственные пенсионные фонды (10%).

|  |
| --- |
| *Доля респондентов, в той или иной степени доверяющих отдельным финансовым организациям, %, N=1034*  *«Насколько Вы доверяете следующим финансовым организациям?»* |

Доверие банкам выше у сельского населения, женщин, молодежи в возрасте от 18 до 24 лет, студентов, лиц, занятых квалифицированным трудом (руководителей и квалифицированных специалистов), активных пользователей финансовых услуг. В наименьшей степени банкам доверяют безработные, рабочие, а также люди, не пользующиеся финансовыми услугами.

*Доля доверяющих банкам,  
 в социально-демографических и потребительских группах, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Городское/сельское население** | Городское население |  |
| Сельское население |  |
| **Пол** | Мужской |  |
| Женский |  |
| **Возраст** | 18-24 |  |
| 25-34 |  |
| 35-44 |  |
| 45-59 |  |
| 60-79 |  |
| **Основное занятие** | Студент |  |
| Работает постоянно |  |
| Пенсионер |  |
| Безработный/домохозяйка |  |
| **Статус** | Руководитель |  |
| Квалифицированный специалист |  |
| Технический или обслуж. персонал |  |
| Рабочий |  |
| **Образование** | Нет высшего образования |  |
| Есть высшее образование |  |
| **Использование финансовых услуг** | Активные пользователи (2 и более) |  |
| Неактивные пользователи (1 услуга) |  |
| Не используют финансовые услуги |  |
| **Тип пользователей финансовых услуг** | Вкладчики (вклады, инвестиции) |  |
| Заемщики (все виды кредитов и займов) |  |
| Владельцы платежных карт |  |
| Пользователи ДБО (интернет- , моб. банк) |  |
| **Индекс финансовой грамотности** | Низкий уровень (1-11 баллов) |  |
| Средний уровень (12-15 баллов) |  |
| Высокий уровень (16-21 балл) |  |

Уровень доверия банкам мало зависит от объективных показателей дохода (личный среднемесячный доход и среднедушевой семейный доход), но связан с субъективной оценкой материального положения – он заметно снижается у жителей, оценивающих положение своей семьи как плохое.

*Доля доверяющих банкам,  
в группах по доходу, %*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Все опрошенные** |  |
| **Покупательная способность семьи** | Мы едва сводим концы с концами / На продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна |  |
| Денег хватает на продукты и одежду, но покупка телевизора, мебели – для нас проблема |  |
| Мы можем без труда купить бытовую технику, но на большее денег нет / Мы можем позволить себе практически все |  |
| **Оценка текущего материального положения семьи** | Плохое / Очень плохое |  |
| Удовлетворительное |  |
| Хорошее / Отличное |  |
| **Личный среднемесячный доход** | До 10 000 рублей |  |
| 10 001 – 20 000 рублей |  |
| 20 001 – 30 000 рублей |  |
| 30 001 – 40 000 рублей |  |
| Более 40 000 рублей |  |
| **Децильные доходные группы** *(по среднедушевому доходу в семье)* | Низкодоходная группа (1-4 децили) |  |
| Среднедоходная группа (5-8 децили) |  |
| Высокодоходная группа (9-10 децили) |  |

# ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

**ИНДЕКС ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИЕ**

В общем рейтинге регионов России Республики Алтай занимает место в группе В (выше среднего) по значению общего **Индекса финансовой грамотности**, и его составляющих: место в **группе A (высокий уровень)** по значению индекса Знания, место в **группе** **В (выше среднего)** по значению индекса Навыки и место в **группе E (низкий уровень)** по значению индексаУстановки.

**Индекс Знания (высокий уровень – A)**

В блоке **финансовая арифметика** подавляющее большинство смогли справиться с расчетом процентов по займу (93%) и простых процентов по вкладу (62%), меньше количество правильных ответов было получено на вопросы о расчете влияния инфляции (60%) и сложных процентов по вкладу (43%).

В вопросах блока **базовых финансовых понятий** подавляющее большинство жителей региона дали верные ответы по темам взаимосвязи риска и доходности (84%), понимания термина «инфляция» (76%) и преимуществ диверсификации финансовых рисков (78%).

**Индекс Навыки (уровень выше среднего – В)**

Блок **ведение семейного бюджета / сбережение денег**: большинство опрошенных (49%) ведут семейный бюджет в той или иной форме, 20% делали сбережения за последний год.

Блок **планирование трат и финансовые цели**: подавляющее большинство опрошенных отметили, что заранее обдумывают свои покупки (91%), своевременно оплачивают счета (81%) и 78% внимательно следят за состоянием своих финансов в целом. При этом долгосрочные финансовые цели имеет лишь 61% жителей региона.

Блок **решение проблемы дефицита доходов**: среди жителей региона треть (32%) сталкивались с нехваткой средств за прошедший год (по РФ в целом этот показатель составил 31%). Среди финансово грамотных способов решения данной проблемы эти респонденты чаще всего использовали сокращение текущих расходов за счет урезания трат (35%). Несколько реже использовался поиск дополнительного заработка (нового источника дохода): к нему прибегали 20% жителей региона. Существенно реже опрошенные прибегали к другим вариантам: расходованию имеющихся сбережений (6%) или продаже какого-либо личного имущества (6%).

Блок **поведение при выборе финансовых продуктов и услуг**: среди жителей региона, оформлявших кредит за последний год, 42% проявили финансовую грамотность, рассмотрев предложения от разных финансовых организаций, кроме того, среди заемщиков 11% обращались к независимым источникам информации при выборе кредита.

**Индекс Установки (низкий уровень – E)**

Отвечая на вопросы-индикаторы, отражающие **склонность человека к расходованию или накоплению денежных средств**, большинство (38%) выбирали корректный вариант ответа для индикатора «**установка на планирование жизни**». Два остальных индикатора получили существенно меньшую поддержку населения Республики Алтай: «**ориентация на долгосрочные сбережения**» – у 18%, «**комплексное понимание роли денег**» – 17%.

Таким образом, в рамках принятых обозначений **Индекс финансовой грамотности Республики Алтай** записывается как **B | ABE** (собственно индекс и три его составляющих).

**САМООЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ИНФОРМИРОВАННОСТИ**

Свое умение распоряжаться деньгами низко оценили 13% жителей региона, а хорошие и отличные оценки дали 47%.

Более высоко респонденты оценили свою осведомленность в сфере составления личного бюджета, как обезопасить себя от финансового мошенничества и как не «увязнуть» в долгах при пользовании кредитами, осведомленность об информации, на которую нужно обращать внимание при подписании договоров с финансовыми компаниями.

Менее высоко жители региона считают себя информированными о том, как отличить объективную информацию о финансовых услугах от рекламы, о том, какие существуют законы, защищающие права потребителей и как обезопасить себя от финансового мошенничества.

**САМООЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ И ФИНАНСОВЫЙ ОПТИМИЗМ**

Как «хорошее» или «отличное» свое финансовое положение оценили 21% жителей региона, «удовлетворительное» – 56%, а варианты «плохое» или «очень плохое» выбрали 23% опрошенных. По данному показателю Республика Алтай находится в Группе C – «Средний» списка регионов РФ.

Финансовый оптимизм – позитивные ожидания изменения своего материального положения семьи в ближайший год – свойственен 22% жителей региона, что немного выше по сравнению с общероссийским показателем (19%), по данному показателю Республика Алтай в списке регионов РФ находится в Группе B – «Выше среднего».

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ**

**Пользование финансовыми услугами**: население региона активно пользуется финансовыми услугами – 86% опрошенных за последний год использовали какие-либо из них.

**Использование современных платежных инструментов:** банковская карта – наиболее распространенный финансовый продукт, ими пользуются 75% населения региона. При этом предпочитают использовать безналичную форму оплаты лишь 16%, 48% практикуют и безналичную, и наличную оплату. Преимущественно наличным деньгами предпочитают пользоваться 36% жителей Республики Алтай, несмотря на то, что среди них 47% имеют банковскую карту.

Дистанционным банковским обслуживанием (ДБО) пользуются 29% населения региона. За последние 12 месяцев использовали Интернет-банк 17% жителей региона, мобильным банком пользовались 26% населения.

**Сберегательные стратегии**

**Характеристика финансовой устойчивости семьи** (время, в течение которого семья может сохранять привычный уровень жизни в случае потери основного источника дохода) в среднем составила 50 дней. По России этот показатель выше – 59 дней, Республика Алтай в сравнении с другими регионами РФ занимает место в Группе D – «Ниже среднего».

**Регулярное пополнение сберегательной «подушки безопасности»** практикуют 11% жителей региона (отложить необходимую сумму перед тем, как тратить оставшееся). Сначала тратят деньги на текущие нужды и потом откладывают остаток 25% населения, а в зоне наибольшего риска находятся 63% жителей региона, которые не делают сбережений совсем.

**Формы сбережения денег**: за последние 12 месяцев делали сбережения в какой-либо форме 27% жителей региона, для РФ в целом этот показатель значительно выше и составляет 49%, среди остальных регионов Республика Алтай занимает место в Группе E – «Низкий».

Среди жителей региона в равной мере распространены наличные накопления дома – 14% опрошенных за последние 12 месяцев сберегали деньги таким способом, - и сбережения в форме банковских вкладов, сберегательных счетов, инвестиционных инструментов: их использовали 13% населения.

**Заемное поведение и долговая нагрузка:** за последний год 45% населения региона пользовались какими-либо видами кредитов и займов (банковские кредиты – 42%, другие формы займов – 3%).

Среди тех, кто в настоящее время является заемщиком, 25% находятся в зоне риска – доля ежемесячных выплат по займу у них составляет более 30% дохода.

**ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ**

**Осведомленность о потенциальных рисках на рынке финансовых услуг**: большинство жителей региона (78%-84%) правильно определяют связь между риском и доходностью инвестиций и понимают, что диверсификация сбережений (размещение их в разных местах) позволяет снизить риск потери всех средств; 69% могут отчасти или уверенно распознавать финансовые пирамиды.

**Доверие к различным финансовым институтам**: наибольший уровень доверия жители региона проявляют к банкам (61%). На втором месте с существенным отрывом – страховые компании (22%). Тройку замыкают негосударственные пенсионные фонды (10%).

**Поведение при заключении договора о приобретении финансовых услуг**: среди жителей региона 28% не проявляют достаточной осторожности при приобретении финансовых услуг: 13% подписывают договор, не читая, 15% читают договор, но даже если что-то не понимают, всё равно ставят свою подпись. Максимальную предусмотрительность проявляют 16%, которые подписывают договор только после внимательного ознакомления с ним и поиска дополнительной информации.

**Осведомленность о системе страхования вкладов в РФ**: только 8% жителей региона знают о системе страхования вкладов и могут назвать максимальный размер компенсации вкладчику в случае отзыва лицензии банка (общероссийский показатель существенно выше – 19%).

**Знание институтов, защищающих права потребителей финансовых услуг**: в целом у жителей региона не сформировано единого понимания, куда следует обращаться в случае нарушения их прав. На открытый вопрос (без заданных вариантов ответа) об организациях, защищающих права потребителей финансовых услуг, респонденты давали разноплановые ответы – от суда (37%) до налоговой службы (менее 0,5%). Не смогли дать содержательный ответ на данный вопрос 18% опрошенных.

1. Подробный алгоритм расчета Индекса представлен в справочнике OECD/INFE TOOLKIT FOR MEASURING FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL INCLUSION: <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf> [↑](#footnote-ref-1)
2. При построении группировок по децильным группам применяется порядок, в соответствии с которым данные ранжируются по мере возрастания среднедушевых показателей благосостояния и суммируются нарастающим итогом с получением общего числа обследуемого населения. Эта численность принимается за 100%. Сумма всех домохозяйств, где сосредоточено по 10% от общего числа обследуемого населения, относится к соответствующей децильной группе населения, распределенного по мере роста показателей благосостояния. Первая децильная группа – с наименьшими доходами, десятая – с наибольшими. [↑](#footnote-ref-2)
3. Коэффициент ранговой корреляции Спирмена для этих двух показателей составляет 0,15, что указывает на слабую, но статистически значимую связь субъективных и объективных оценок. [↑](#footnote-ref-3)
4. Для расчета числа дней сначала выбранный респондентом вариант ответа заменялся на середину соответствующего диапазона, а затем рассчитывалось среднее количество дней. Например, ответ «Не меньше месяца, но меньше трех месяцев» соответствует диапазону 30-90 дней. Середина этого диапазона – 60 дней. И т.д. [↑](#footnote-ref-4)
5. Общий среднемесячный доход семьи, деленный на количество членов семьи. [↑](#footnote-ref-5)