

2018

ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ОЦЕНКЕ СТЕПЕНИ ВЫПОЛНЕНИЯ ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ (ИНДИКАТОРОВ), РАЗРАБОТАННЫХ ДЛЯ МОНИТОРИНГА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И МЕРОПРИЯТИЙ ПРОЕКТА В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В СООТВЕТСТВИИ С ПП. 3.1.17 ДОГОВОРА О РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА «СОДЕЙСТВИЕ ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И РАЗВИТИЮ ФИНАНСОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» № МФ РФ №01-01-06/17-389 МЕЖДУ МИНИСТЕРСТВОМ ФИНАНСОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ПРАВИТЕЛЬСТВОМ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ И НЕКОММЕРЧЕСКИМ ФОНДОМ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ И РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ.

Введение

Аналитическое, комбинированное социологическое исследование было проведено с 4 по 22 декабря 2018 года.

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

Задачи исследования:

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

Объект исследования:

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

Методология исследования:

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

Предмет исследования:

1. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, осознающих соотношение «рисков - вознаграждение» при выборе финансовых продуктов;
2. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, сравнивающих альтернативные предложения, прежде чем брать кредит;
3. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, знающих о том, какие действия административного и юридического характера нужно предпринимать в случае нарушения их прав потребителя со стороны финансовых организаций;
4. Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, понимающих важность наличия "финансового буфера" на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций.

Характеристика выборки:

Гендерные группы, %	
Мужчины	49,7
Женщины	50,3
Возрастные группы, %	
16-26 лет	20,0
27-38 лет	19,6
39-46 лет	14,6
47-55 лет	15,2
56-65 лет	16,4
66 лет и старше	14,2
Место проживания, %	
Калининград	49,5
Малые города области	31,5
Поселки/села	19,0
Социальный статус, %	
Студент/учащийся	10,6
Пенсионер, в том числе работающий пенсионер	19,8
Предприниматель	15,7
Работник бюджетной сферы, государственный или муниципальный служащий	15,5
Наемный работник в частной компании	31,2
Домохозяйка (в том числе отпуск по уходу за ребенком)	3,2
Временно неработающий	4,0

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

В целом по итогам 2018 года мы видим положительную динамику по информированности и включенности в Программу. В отчете приводятся таблицы и диаграммы по трем основным параметрам исследования – общие данные, данные по целевым группам реализации программы – учащимся /студентам/, предпринимателям, пенсионерам, населением со средним и низким уровнем дохода, являющимся активными и потенциальными пользователями финансовых услуг, а также данные по месту проживания респондентов. Данные даются в динамике в прошлом годом. Приложение 1 к Отчету – распределение по целевым группам Программы. Приложение 2 – сравнение показателей реализации Программы по территориям – областному центру, малым городам области, поселкам и селам.

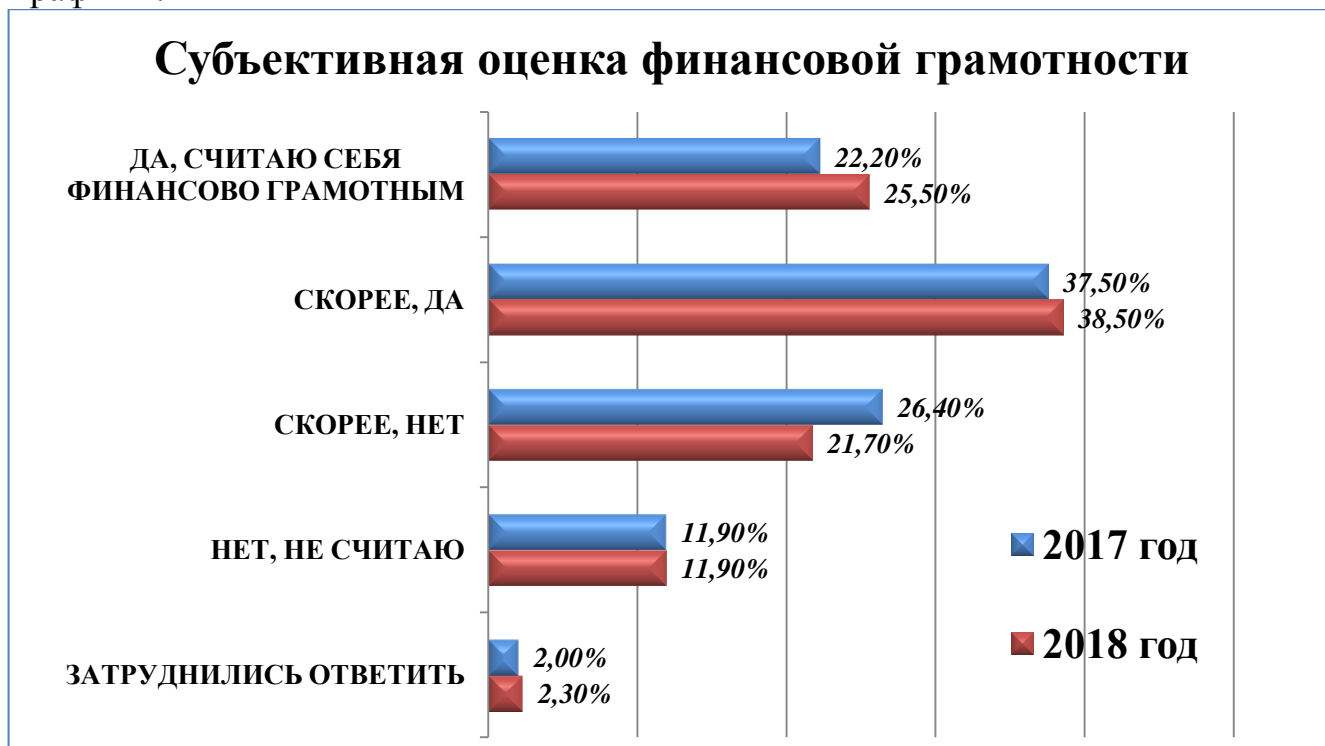
Первый вопрос исследования показывает, насколько население оценивает свою финансовую грамотность субъективно – число тех, кто уверен так или иначе в своей финансовой грамотности, несколько выросло с прошлым годом и составляют 64% от числа опрошенных. Около 21% опрошенных ответили «скорее, нет». И почти 12% жителей не считают себя грамотными в сфере финансов.

Информированность о Программе осталась почти на показателях прошлого года (незначительная положительная динамика все же есть). Почти на 5 % выросло число жителей, которые хорошо информированы о программе (таких сейчас 22,1% . В целом хорошо и удовлетворительно знают о Программе 52,1% населения региона.

Сохраняется равномерное распределение по информированности во всех целевых группах.

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

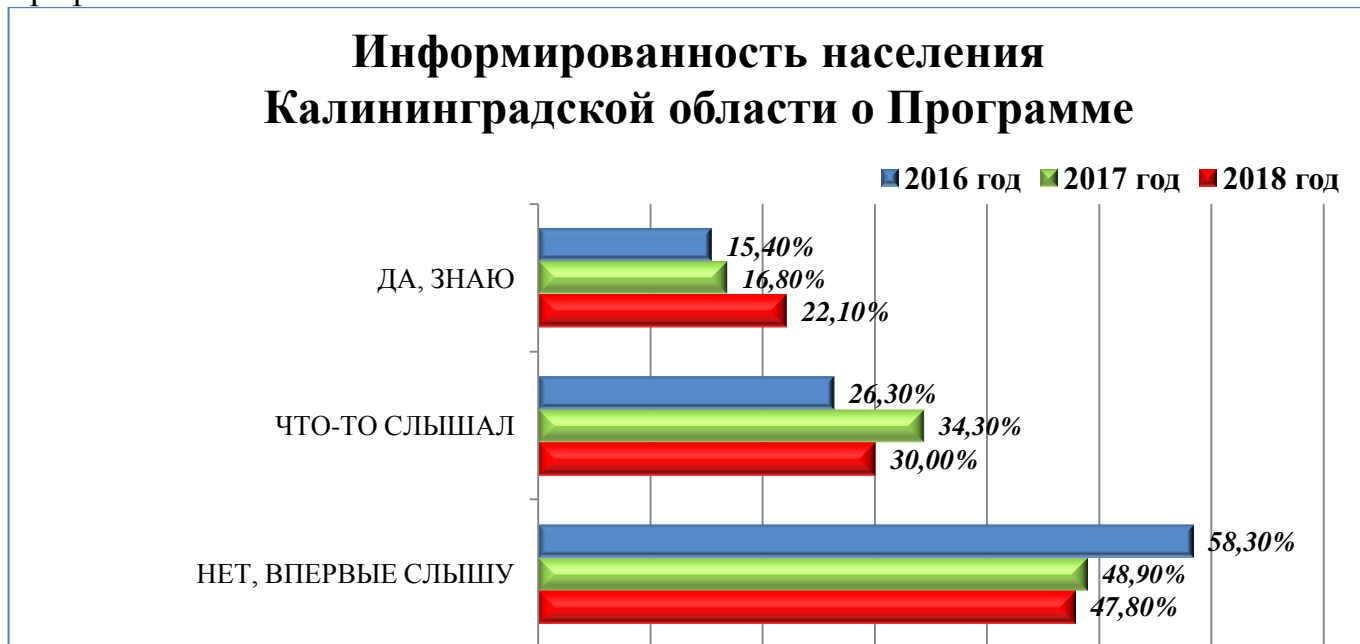
График 1.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

Вопрос 2. Знаете ли вы, что в Калининградской области реализуется Программа повышения финансовой грамотности населения?

График 2.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

В целом можно отметить, что реакция на все источники информации у населения стала более отзывчивой. Ощущается узнаваемость бренда, понимание смыслового наполнения бренда программы, поэтому даже если информирование по числу касаний не увеличилось, в калининградских СМИ люди стали больше выделять, идентифицировать Программу.

Вопрос 3. Вспомните, пожалуйста, откуда вы слышали о программе и ее мероприятиях? (Открытый вопрос. Данные были систематизированы и разбиты по группам. Респондент сам называл источник информации о Программе).

График 3.

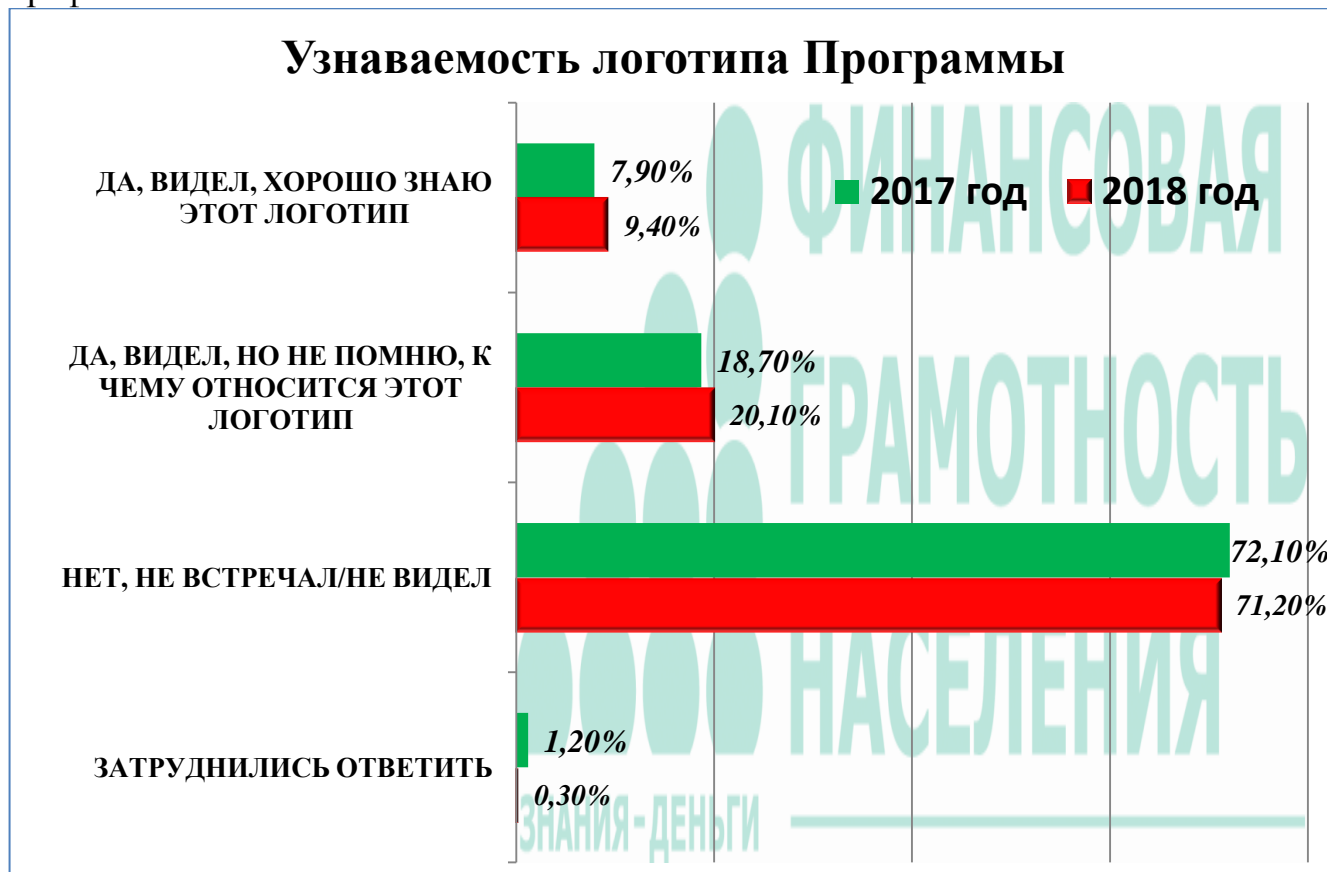


На графике приводится кумулятивный процент ответов респондентов

Узнаваемость бренда /логотипа/ программы также стала несколько выше и составляет 29,5%. Однако смысловое наполнение требует дальнейшей проработки, так как пятая часть респондентов помнит визуальный ряд, но не помнит суть проекта, который он отображает.

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

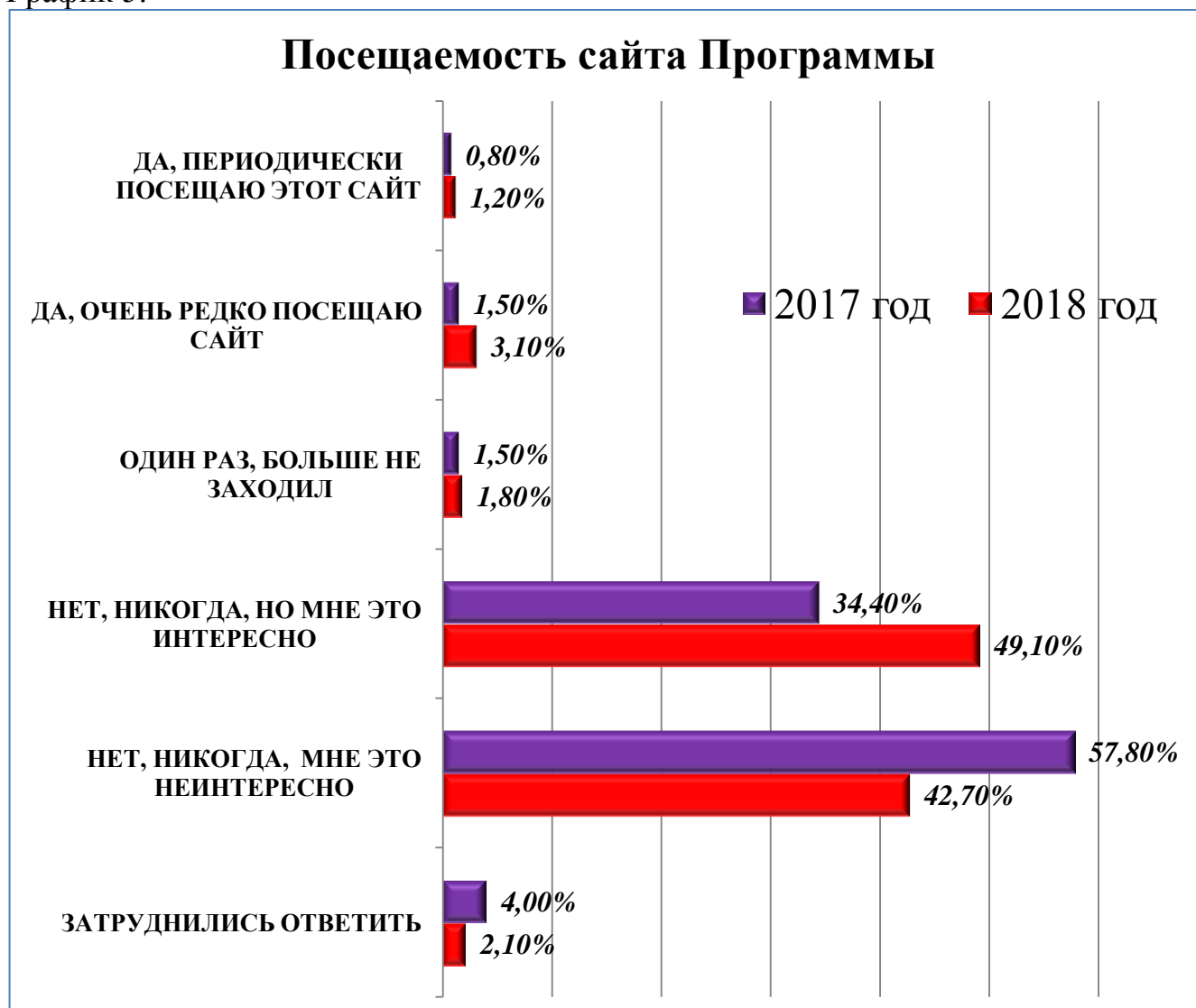
График 4.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

Вопрос 5. Скажите, пожалуйста, вы когда-либо заходили на сайт [HTTPS://WWW.FINGRAM39.RU](https://www.fingram39.ru)? (Респондентам демонстрировалась цветная карточка с шапкой сайта и скрином главной страницы)

График 5.



На графике приводятся данные от 100% респондентов

Прямой ссылкой на сайт Программы пользуется относительно небольшое число респондентов – 6,1%. При этом значительно выросла доля тех, кому интересна сама тематика Программы. При анализе удобных для респондента источников информации интернет занимает лидирующее место. Следует разобраться, найти каналы информирования людей о сайте Программы, так как имеет место высокий потенциальный запрос при низкой доле прямых пользователей сайтом.

Вопрос 6. СКАЖИТЕ, ВЫ ПОСЕЩАЕТЕ НА СТРАНИЦЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ПРОГРАММЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ VK, FACEBOOK, ОДНОКЛАССНИКИ?

ТАБЛИЦА 6.

НАЗВАНИЕ СОЦСЕТИ	ПОСЕЩАЮ ПЕРИОДИЧЕСКИ, %	ПОСЕЩАЛ ОДНОКРАТНО, %	НЕ ПОСЕЩАЮ, %
ВКОНТАКТЕ	9,3	2,4	80,3
ФЭЙСБУК	2,7	1,5	87,8
ОДНОКЛАССНИКИ	6,5	2,2	83,3
НЕ ПОЛЬЗУЮСЬ ИНТЕРНЕТ			8,0

Вопрос 7. Скажите, пожалуйста, о каких мероприятиях Программы вы когда-либо слышали? (Фиксировались все возможные ответы, вопрос по карточке).

Таблица 7. Приводится процент наблюдений (кумулятивный)

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

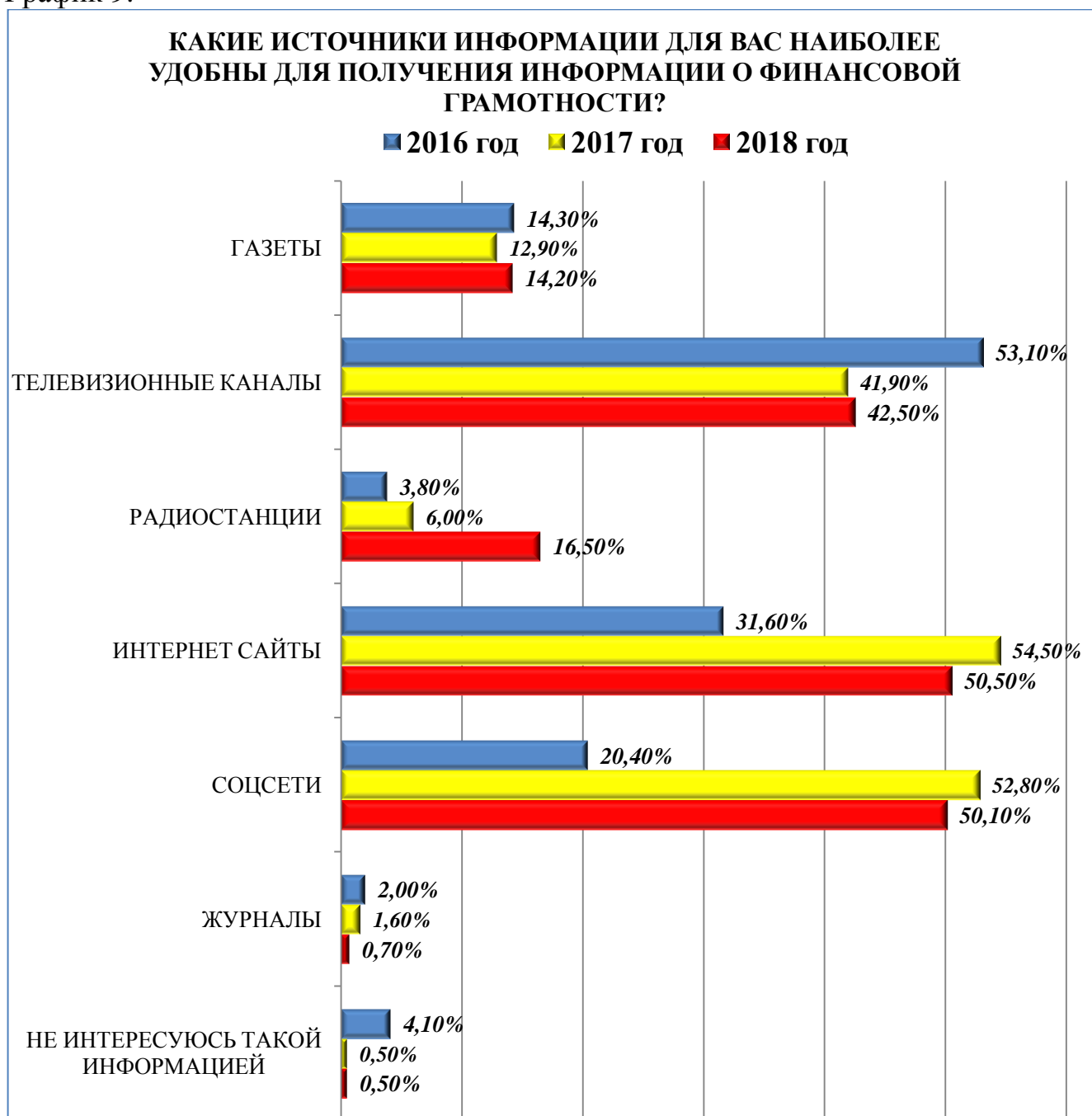
Вопрос 8. Скажите, какой информации по различным аспектам финансовой грамотности вам недостаточно. О чем вы бы хотели знать больше?(Фиксировались все ответы)

Таблица 8. Данные от всех опрошенных – востребованность информации по направлениям Программы. Приводится кумулятивный процент ответов на вопрос.

НАЗВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ТЕМЫ	2017 ГОД, %	2018 ГОД, %
КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ	18,7%	16,9%
ЖКХ-ПЛАНИРОВАНИЕ, КОНТРОЛЬ СРЕДСТВ, ЧТЕНИЕ СТАТЕЙ РАСХОДОВ В ПЛАТЕЖКАХ И ПРОЧЕЕ	31,7%	42,3%
НАЛОГИ-УПРАВЛЕНИЕ, УЧЕТ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СРОКИ, РАЗМЕР НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ И ПРОЧЕЕ	28,0%	36,4%
ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ, ЛИЧНЫЕ КАБИНЕТЫ, УДАЛЕННАЯ РАБОТА С ФИН. ИНСТИТУТАМИ	10,7%	10,7%
ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	32,7%	41,9%
СБЕРЕЖЕНИЯ (ВКЛАДЫ)	20,9%	23,6%
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ПИФЫ, ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИНВЕСТ. СЧЕТА	8,1%	8,3%
СТРАХОВАНИЕ, УСЛУГИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ	10,6%	26,8%
РАСЧЕТ И ПЛАНИРОВАНИЕ ЛИЧНОГО ИЛИ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА, РАСХОДЫ	12,3%	15,2%
БЛОКЧЕЙН, КРИПТОВАЛЮТЫ	13,5%	5,2%
ВСЕ О ПЛАСТИКОВЫХ КАРТАХ- ЗАРПЛАТНЫЕ, ДЕБЕТОВЫЕ, КРЕДИТНЫЕ, КЭШБЕК	10,2%	19,8%
ДРУГОЕ	1,8%	0,5%
НИЧЕГО ИЗ ЭТОГО НЕ ИНТЕРЕСНО	16,5%	12,4%

Тематика дает нам понимание того, какая информация наиболее интересна потребителю финансовых услуг в текущий момент времени. Основные тенденции – повышенный запрос на информацию об услугах страхования, расчетах за коммунальные услуги, пластиковых картах, правах потребителей и налогообложении.

Вопрос 9. **Какие источники информации для вас наиболее удобны для получения информации о финансовой грамотности?** (выберете не более двух направлений и назовите конкретные источники информации, которыми пользуетесь чаще всего)
График 9.



На графике представлен кумулятивный процент ответов на вопрос

Вопрос 10. Доли источников информации, которые наиболее удобны респонденту для получения информации о финансовой грамотности по видам СМИ

Таблица 10. Данные выведены на основании открытых комментариев респондентов, систематизированы и разбиты по группам. Приводится кумулятивный процент, так как можно было назвать более одного источника информации.

ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ	ДОЛИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ %	НЕ ПОЛЬЗУЮТ СЯ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ		
ВГТРК ГТРК КАЛИНИНГРАД	19,4%	
НТРК КАСКАД	11,5%	
1-Й ГОРОДСКОЙ КАНАЛ	10,6%	
НЕУДОБНЫ ТЕЛЕКАНАЛЫ КАК ИСТОЧНИК		57,5%
ИНФОРМАЦИОННЫЕ САЙТЫ/ПОРТАЛЫ		
KLOPS.RU	11,1	
NEWKALININGRAD.RU	9,3	
KALININGRAD.RU	7,1	
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЙТЫ	6,5	
RUGRAD.EU	6,2	
FINGRAM39.RU	5,4	
САЙТЫ АДМИНИСТРАЦИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ	5,1	
САЙТ ИЗДАНИЯ KP.RU	3,0	
MAIL.RU, YANDEX.RU	4,3	
ДРУГИЕ САЙТЫ	2,2	
УДОБНО ИСКАТЬ ПО ТЕМАТИКЕ, ПО ПОИСКУ, НЕВАЖНО КАКОЙ САЙТ ЭТО РАЗМЕЩАЕТ	8,2	
НЕУДОБНЫ САЙТЫ КАК ИСТОЧНИК, НЕ ПОЛЬЗУЮСЬ		49,5%
ГАЗЕТЫ, ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ		
ГАЗЕТА – РАЙОНКА, ГАЗЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	9,2	
КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА	6,3	
АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ	5,5	
ДВОРНИК	5,1	
СТРАНА КАЛИНИНГРАД	4,2	

АНТЕННА	3,5	
НЕУДОБНЫ ГАЗЕТЫ КАК ИСТОЧНИК, НЕ ПОЛЬЗУЮСЬ		85,8%
РАДИОСТАНЦИИ		
ЛЮБОЕ РАДИО, УДОБНО СЛУШАТЬ ФИНАНСОВУЮ ИНФОРМАЦИЮ В АВТОМОБИЛЕ	9,4	
БИЗНЕС ФМ	9,0	
АВТОРАДИО	7,0	
БАЛТИК ПЛЮС	6,5	
МАЯК	5,0	
ЕВРОПА ПЛЮС	4,5	
НАШЕ РАДИО	4,1	
РАДИО РОССИИ	3,2	
ВЕСТИ FM	2,5	
РУССКИЙ КРАЙ	1,5	
НЕУДОБНО РАДИО КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, НЕ ПОЛЬЗУЮСЬ		83,5%
СОЦСЕТИ		
ВКОНТАКТЕ	17,3	
ИНСТАГРАМ	13,2	
ОДНОКЛАССНИКИ	10,1	
ФЭЙСБУК	8,7	
НЕУДОБНЫ СОЦСЕТИ КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, НЕ ПОЛЬЗУЮСЬ		49,9%

Вопрос 11. Скажите, какими из перечисленных финансовых услуг вам приходилось пользоваться за последний год?

Таблица 11. Общие данные. Приводится кумулятивный процент ответов на вопрос.

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

ЧАСТЬ 2. ОЦЕНКА ИНДИКАТОРОВ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

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

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

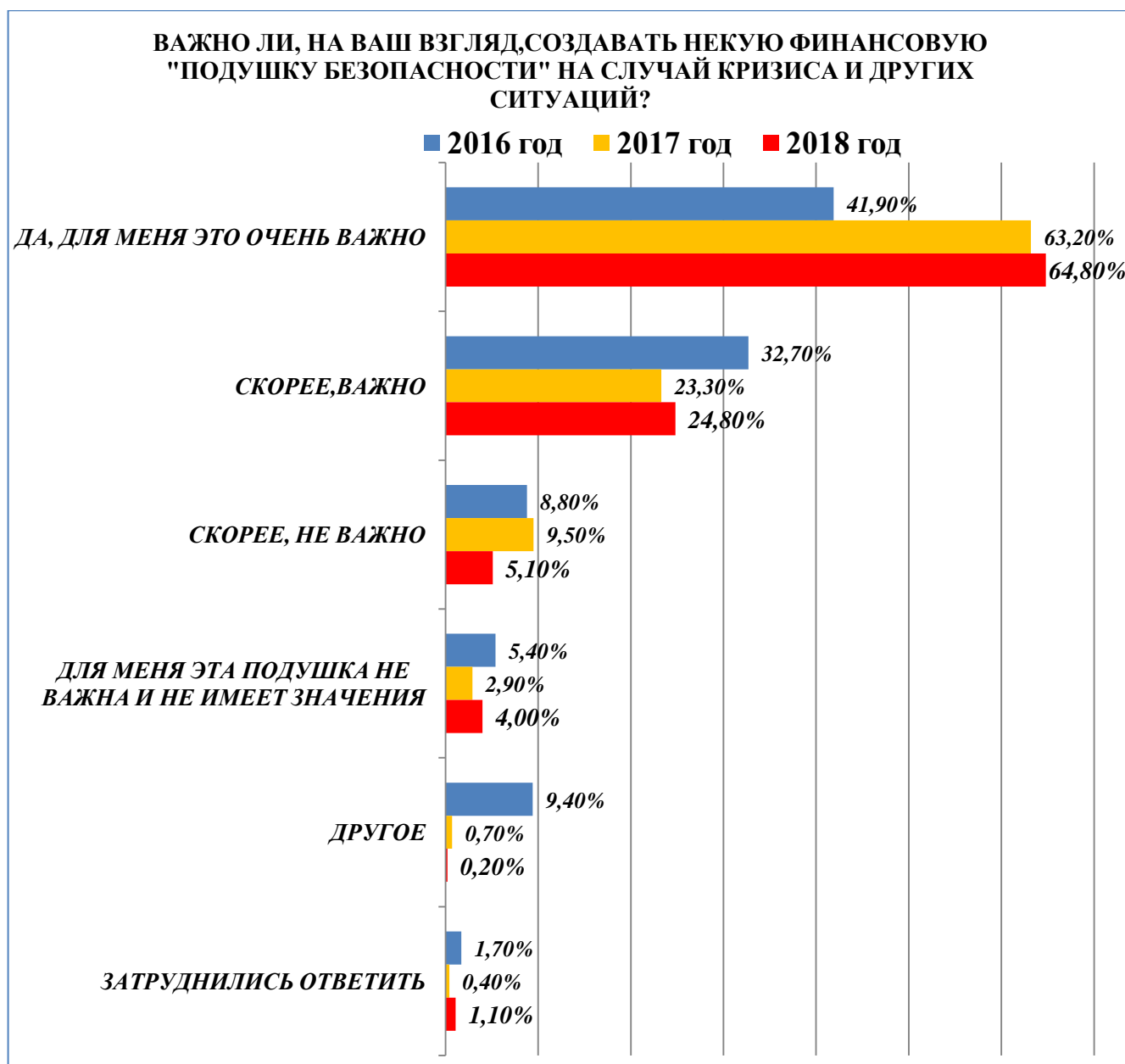
	2017 год, %	2018 год, %
Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, осознающих соотношение «рисков - вознаграждение» при выборе финансовых продуктов ¹	72,8	70,2
Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, сравнивающих альтернативные предложения, прежде чем брать кредит ²	88,4	92,9
Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, знающих о том, какие действия административного и юридического характера нужно предпринимать в случае нарушения их прав потребителя со стороны финансовых организаций	63,5	64,5
Доля действительных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, понимающих важность наличия "финансового буфера" на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций	86,5	89,6

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

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

Вопрос 2.1. Важно ли, на ваш взгляд, создавать некую финансовую «подушку безопасности» (денежный запас) для себя и своей семьи на случай кризиса и других неприятных ситуаций? (Один ответ)

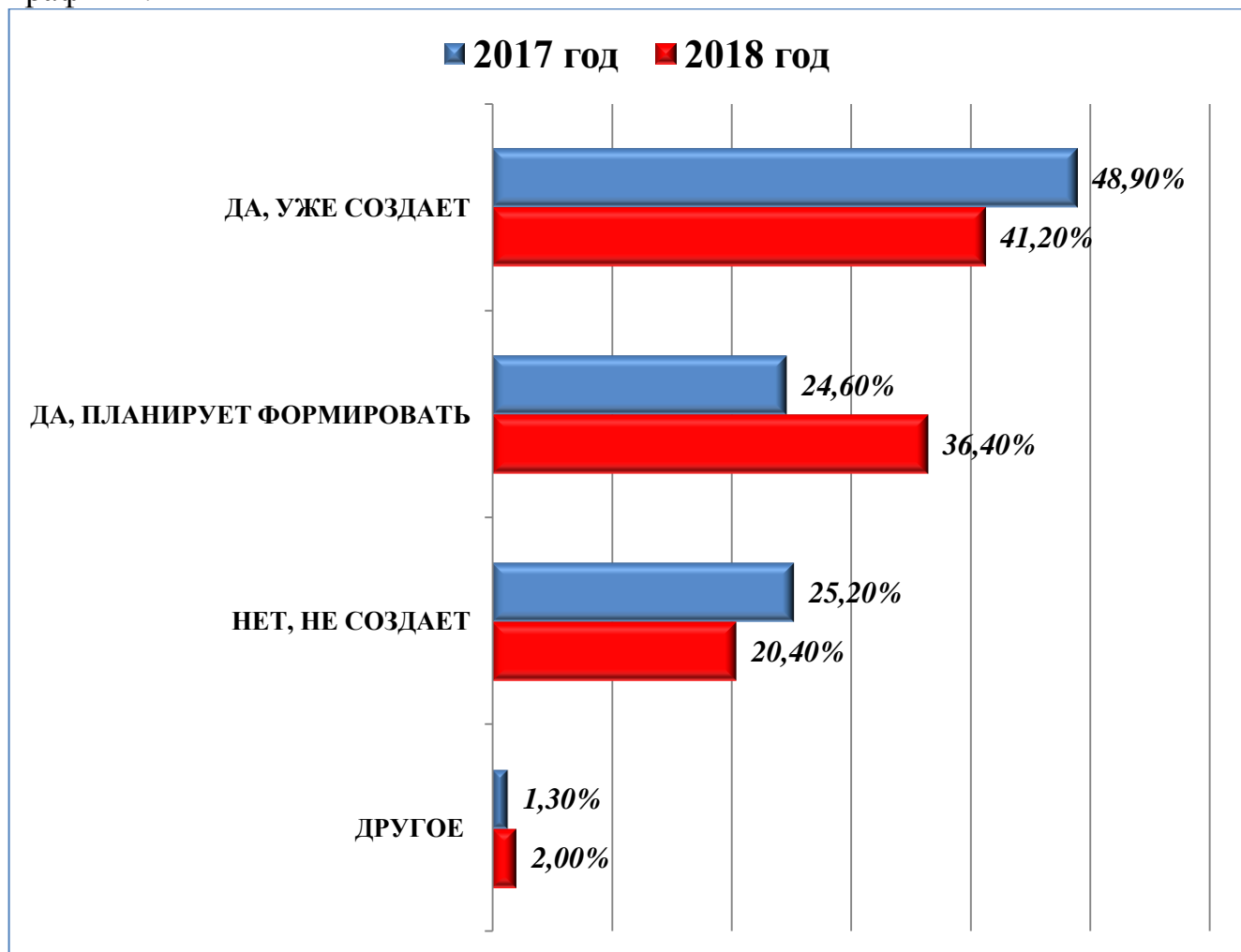
График 2.1. Сравнительные данные.



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

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

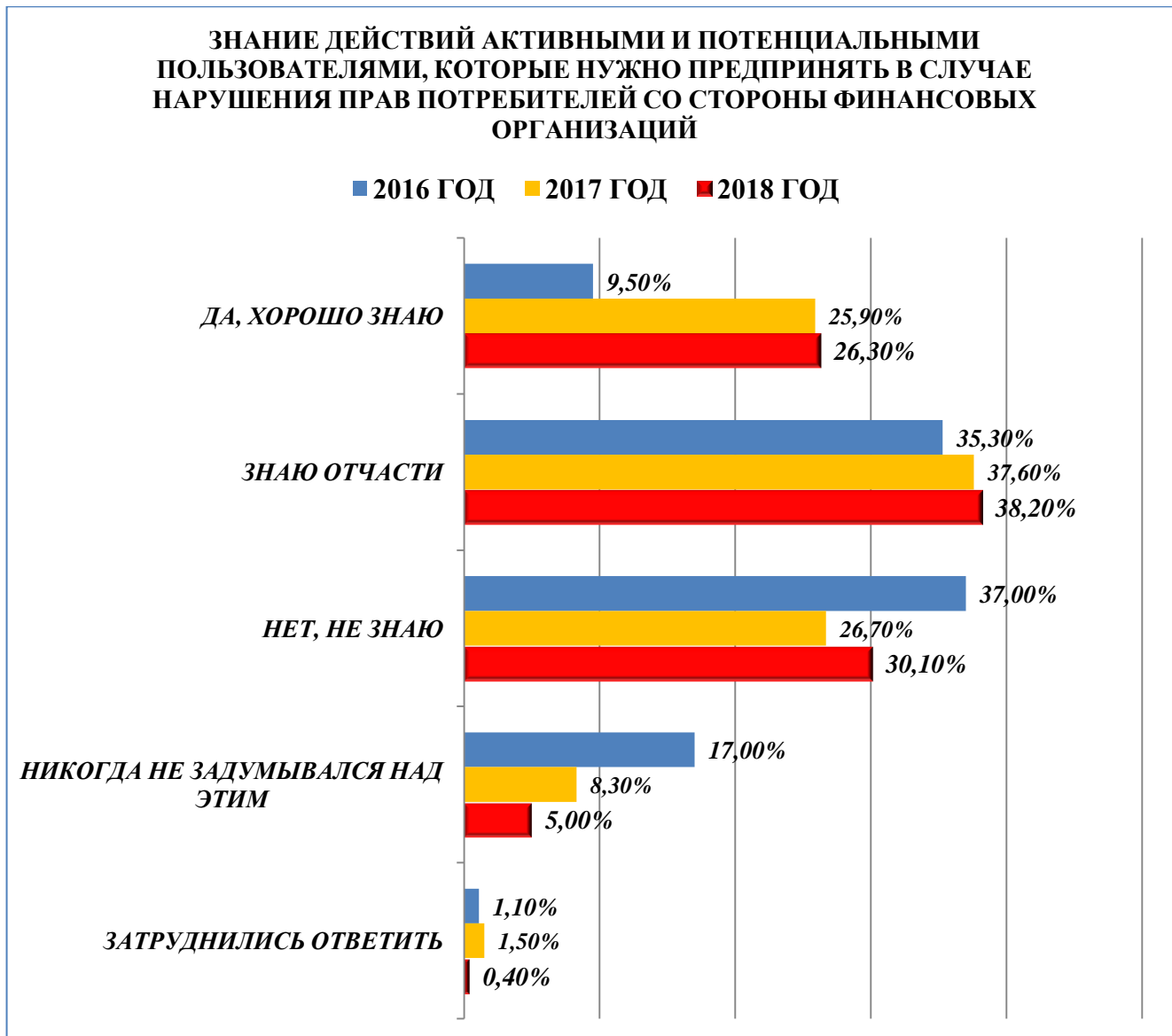
График 2.2



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос 2.3: В случае нарушения прав потребителей, знаете ли вы, какие административные или юридические действия нужно предпринять?

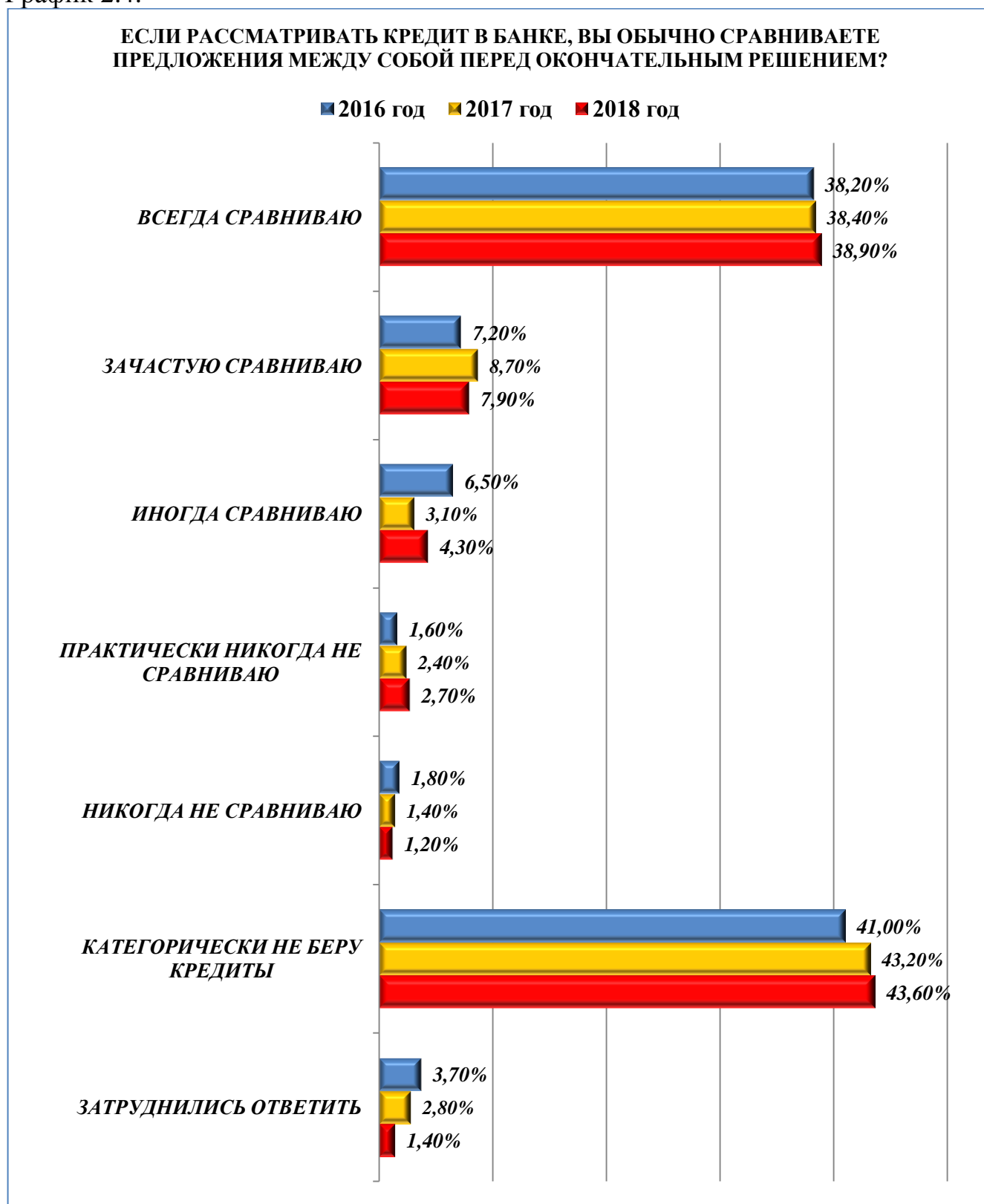
График 2.3.



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос 2.4. Если рассматривать кредит в банке, вы обычно сравниваете варианты (кредитные предложения) в различных кредитных учреждениях между собой перед окончательным решением?

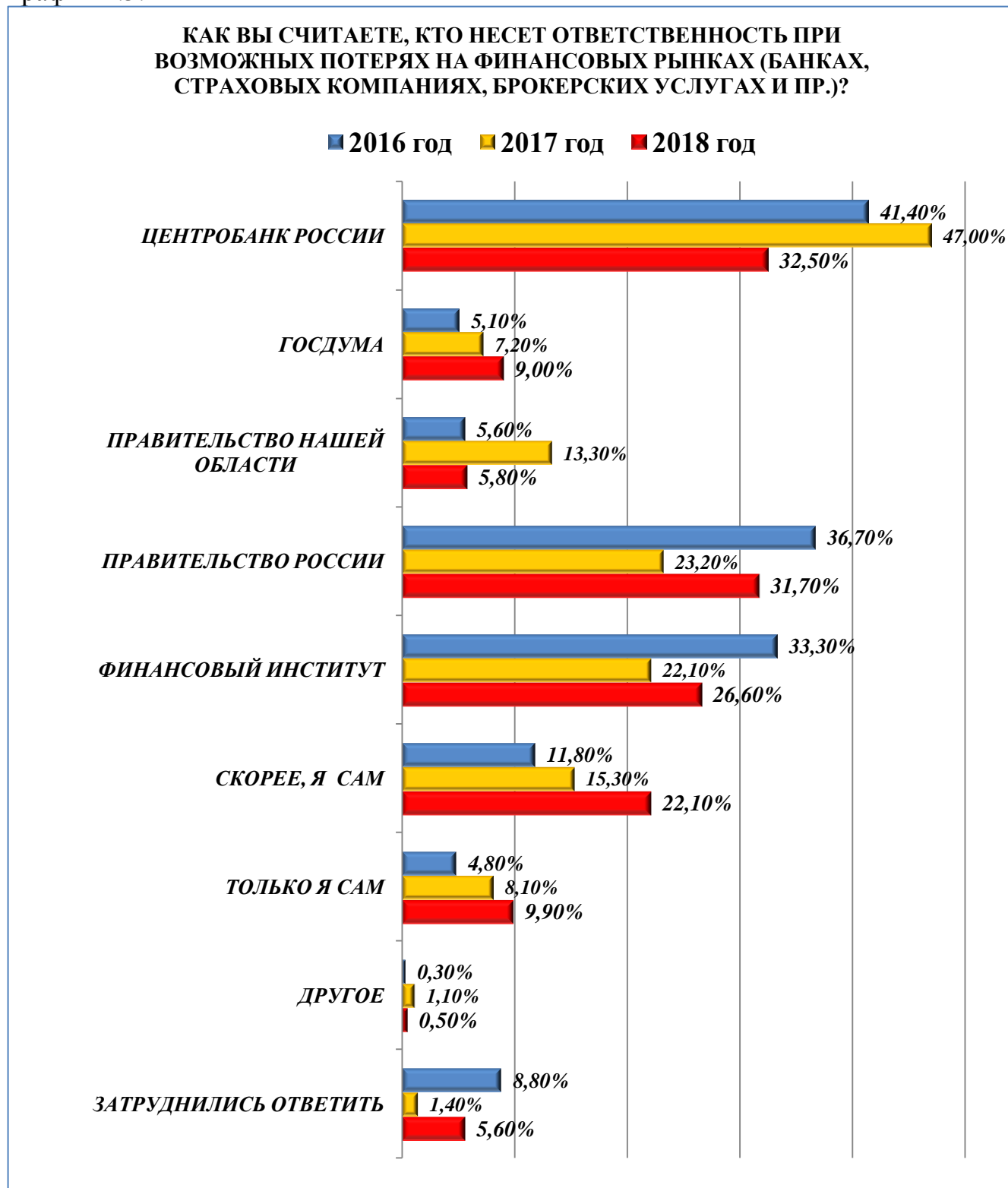
График 2.4.



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос 2.5. **Как вы считаете, кто несет ответственность при возможных потерях на финансовых рынках (банках, страховых компаниях, брокерских услугах и пр.)?** (до двух ответов, вопрос задавался по карточке с предложенными вариантами ответов. Приводится кумулятивный процент ответов на вопрос).

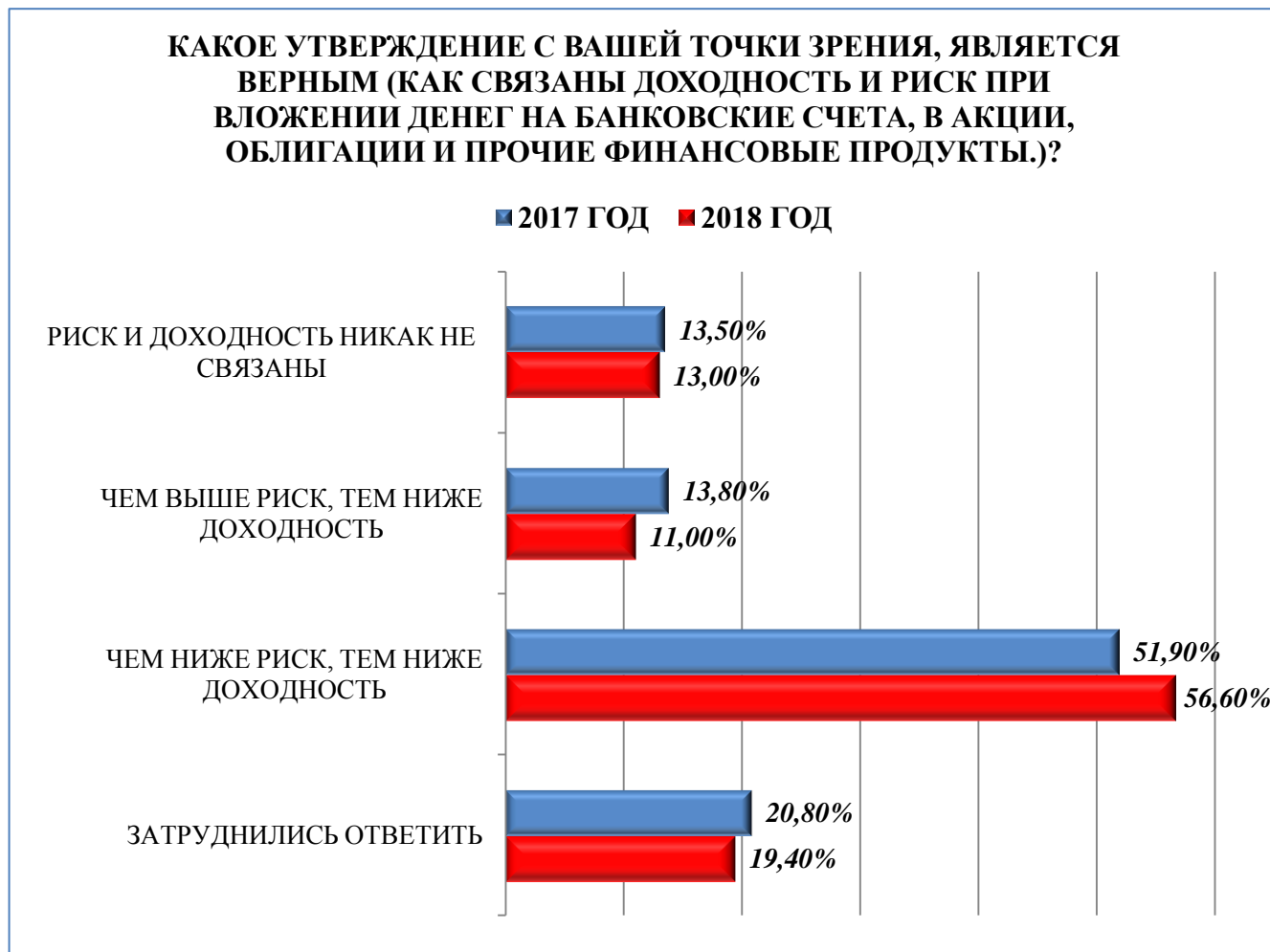
График 2.5.



На графике приводится кумулятивный процент ответов респондентов

Вопрос 2.6. **Выберете утверждение, которое, с вашей точки зрения, является верным. Как связаны риск и доходность при вложении денег на банковские счета, акции, облигации и пр.?**

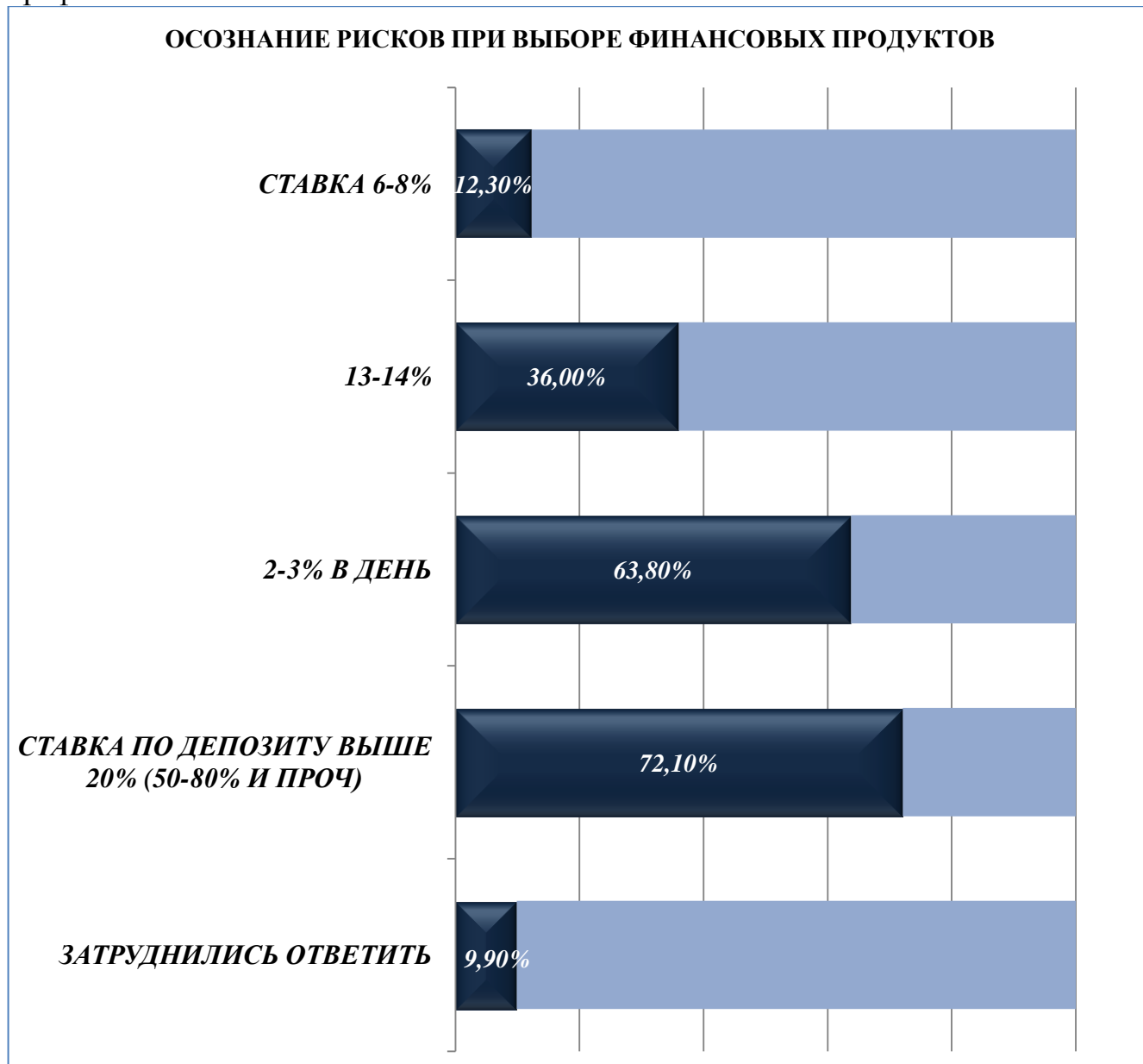
График 2.6.



На графике приводятся данные ответов от 100% респондентов

Вопрос 2.7. Как вы думаете, какая процентная ставка по банковскому вкладу или депозиту может быть опасной для вас как потребителя финансовых услуг, несет определенные риски? (Данные приводятся от всех опрошенных. Процент кумулятивный)

График 2.7.



Приложение 1. Данные исследования по целевым группам Программы

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

<u>Скажите, вы считаете себя финансово грамотным человеком?</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ДА, СЧИТАЮ СЕБЯ ФИНАНСОВО ГРАМОТНЫМ</i>	26,4	38,2	18,8	25,3
<i>СКОРЕЕ, ДА</i>	35,8	35,7	38,1	38,8
<i>СКОРЕЕ, НЕТ</i>	21,7	17,8	24,4	22,1
<i>НЕТ, НЕ СЧИТАЮ</i>	15,1	7,6	15,7	10,7
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	0,9	0,6	3,0	3,2

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

<u>Информированность о программе</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ДА, ЗНАЮ</i>	19,0	31,3	17,2	22,1
<i>ЧТО-ТО СЛЫШАЛ</i>	28,6	34,8	33,1	27,2
<i>НЕТ, ВПЕРВЫЕ СЛЫШУ</i>	52,4	33,8	49,7	50,7

Таблица 3.3. Вопрос: Скажите. Откуда, из каких источников вы знаете о Программе и ее мероприятиях? Сравнительные данные по целевым группам Программы.

Откуда узнали о Программе	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ТЕЛЕВИДЕНИЕ</i>	17,9	21,7	48,0	23,3
<i>РАДИО</i>	1,9	9,6	3,5	4,7
<i>ИНТЕРНЕТ</i>	27,4	15,9	14,1	23,1
<i>ГАЗЕТЫ</i>	-	3,2	15,2	4,1
<i>УЧАСТВОВАЛ В АКЦИЯХ, МЕРОПРИЯТИЯХ</i>	9,7	3,5	4,5	2,3
<i>ОТ ЛЮДЕЙ, ЗНАКОМЫХ</i>	16,0	8,9	11,6	13,3
<i>РЕКЛАМНЫЕ БУКЛЕТЫ, БРОШЮРЫ</i>	2,8	-	1,0	4,1
<i>НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА</i>	0,9	0,6	3,0	2,4
<i>РЕКЛАМА В ТРАНСПОРТЕ</i>	1,9	2,5	0,6	1,9
<i>НЕ СЛЫШАЛ О ПРОГРАММЕ</i>	47,2	42,0	27,8	41,5
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	6,6	7,6	10,1	9,9

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

Узнаваемость бренда /логотипа/ Программы	СТУДЕНТЫ/УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ДА, ВИДЕЛ, ХОРОШО ЗНАЮ ЭТОТ ЛОГОТИП</i>	14,3	5,1	8,6	10,7
<i>ДА, ВИДЕЛ, НО НЕ ПОМНЮ, К ЧЕМУ ОТНОСИТСЯ ЛОГОТИП</i>	20,1	20,5	19,2	17,4
<i>НЕ ВСТРЕЧАЛ/НЕ ВИДЕЛ</i>	65,6	73,2	72,2	71,7
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	-	1,3	-	0,2

Таблица 3.5. Вопрос: Скажите, пожалуйста, вы когда-либо заходили на сайт [HTTPS://WWW.FINGRAM39.RU?](https://www.fingram39.ru)

Посещаемость сайта Программы	СТУДЕНТЫ/УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ДА, ПЕРИОДИЧЕСКИ ПОСЕЩАЮ ЭТОТ САЙТ</i>	2,9	3,2	1,0	0,9
<i>ДА, ОЧЕНЬ РЕДКО ПОСЕЩАЮ САЙТ ПРОГРАММЫ</i>	3,9	1,6	4,5	2,7
<i>ОДИН РАЗ, БОЛЬШЕ НЕ ЗАХОДИЛ</i>	1,9	-	1,0	3,0
<i>НЕТ, НИКОГДА, НО МНЕ ЭТО ИНТЕРЕСНО</i>	45,5	66,5	38,4	47,4
<i>НЕТ, НИКОГДА, МНЕ ЭТО НЕИНТЕРЕСНО</i>	41,0	28,0	50,0	44,5
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	1,0	0,6	5,1	1,5

Таблица 3.6. Скажите, о каких мероприятиях Программы повышения финансовой грамотности в Калининградской области вы слышали?
Сравнительные данные по целевым группам Программы.

Узнаваемость мероприятий Программы	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ	ПРЕДПРИНИМАТЕ ЛИ	ПЕНСИОНЕРЫ	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ
<i>ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ, ФИНАНСОВЫЕ ИГРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ</i>	17,0	21,8	12,1	18,0
<i>ОЛИМПИАДЫ И КОНКУРСЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ</i>	42,5	41,0	32,8	36,7
<i>ЛЕКЦИИ, СЕМИНАРЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ АКТИВНОГО ТРУДОВОГО ВОЗРАСТА И ПЕНСИОНЕРОВ</i>	16,0	20,5	28,3	16,1
<i>ИНФОРМАЦИОННЫЕ БУКЛЕТЫ ПРОГРАММЫ ПО РАЗЛИЧНОЙ ТЕМАТИКЕ</i>	16,0	9,0	3,5	10,1
<i>РАБОТА В СМИ- СТАТЬИ, ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ, РАБОТА В ИНТЕРНЕТЕ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ</i>	26,4	26,9	24,7	21,2
<i>УРОКИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ ДОШКОЛЬНИКОВ, ШКОЛЬНИКОВ) И МОЛОДЕЖИ</i>	19,8	5,8	10,6	12,7
<i>ПРЕМИЯ «ФИНАНСОВЫЙ ПРЕСТИЖ»</i>	4,7	1,9	1,0	4,1
<i>НЕДЕЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ</i>	8,5	0,6	4,5	4,7
<i>ДНИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ</i>	14,2	2,6	1,0	6,0
<i>ФИНАНСОВЫЙ ЛАГЕРЬ (КРАТКОСРОЧНЫЙ ТРЕНИНГ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ)</i>	7,5	3,8	2,5	2,4
<i>НИ О КАКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ НЕ СЛЫШАЛ</i>	22,6	30,8	37,4	36,3

Таблица 3.7. Скажите, какой информации по различным аспектам финансовой грамотности вам недостаточно. О чем вы бы хотели знать больше?
Сравнительные данные по целевым группам Программы.

НАЗВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ТЕМЫ	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
<i>КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ</i>	18,9	16,7	10,1	19,3
<i>ЖКХ-ПЛАНИРОВАНИЕ, КОНТРОЛЬ СРЕДСТВ, ЧТЕНИЕ СТАТЕЙ РАСХОДОВ В ПЛАТЕЖКАХ И ПРОЧЕЕ</i>	24,5	37,8	62,1	40,3
<i>НАЛОГИ - УПРАВЛЕНИЕ, УЧЕТ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СРОКИ, РАЗМЕР НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ И ПРОЧЕЕ</i>	31,1	37,2	16,7	29,6
<i>ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ, ЛИЧНЫЕ КАБИНЕТЫ, УДАЛЕННАЯ РАБОТА С ФИН. ИНСТИТУТАМИ</i>	19,8	16,7	2,5	10,5
<i>ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ</i>	31,1	39,7	48,0	41,5
<i>СБЕРЕЖЕНИЯ (ВКЛАДЫ)</i>	31,1	16,5	29,8	21,8
<i>ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ПИФЫ, ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИНВЕСТ. СЧЕТА</i>	8,5	12,8	6,1	10,3
<i>УСЛУГИ СТРАХОВАНИЯ</i>	16,0	17,3	12,6	18,6
<i>РАСЧЕТ И ПЛАНИРОВАНИЕ ЛИЧНОГО ИЛИ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА, РАСХОДЫ</i>	17,0	14,1	5,6	19,7
<i>БЛОКЧЕЙН, КРИПТОВАЛЮТЫ</i>	12,3	8,3	0,5	4,5
<i>ВСЕ О ПЛАСТИКОВЫХ КАРТАХ- ЗАРПЛАТНЫЕ, ДЕБЕТОВЫЕ, КРЕДИТНЫЕ, КЭШБЕК</i>	24,5	18,6	16,2	21,4
<i>СТРАХОВАНИЕ</i>	17,0	9,0	5,1	10,1
<i>НИЧЕГО ИЗ ЭТОГО НЕ ИНТЕРЕСНО</i>	4,7	13,5	14,6	13,1

Таблица 3.8. Важность создания финансовой подушки безопасности по целевым группам Программы. Сравнительные данные по целевым группам Программы.

СКАЖИТЕ, ДЛЯ ВАС ВАЖНО СОЗДАВАТЬ НЕКУЮ ФИНАНСОВУЮ ПОДУШКУ БЕЗОПАСНОСТИ НА СЛУЧАЙ КРИЗИСА И ДРУГИХ НЕПРЕДВИДЕННЫХ СИТУАЦИЙ?	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
<i>ДА, ДЛЯ МЕНЯ ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНО</i>	52,8	73,2	65,2	67,2
<i>СКОРЕЕ, ВАЖНО</i>	28,3	19,1	24,7	23,0
<i>СКОРЕЕ, НЕ ВАЖНО</i>	9,4	7,0	2,0	5,4
<i>ДЛЯ МЕНЯ ЭТА ПОДУШКА НЕ ВАЖНА И НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ</i>	9,4	0,6	5,1	3,0
<i>ДРУГОЕ</i>	-	-	-	0,4
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	-	-	3,0	1,1

Таблица 3.9. Формирование финансового буфера на случай кризисных ситуаций среди целевых групп Программы.

СКАЖИТЕ, ВЫ ИЛИ ВАША СЕМЬЯ СОЗДАЕТ ФИНАНСОВУЮ ПОДУШКУ БЕЗОПАСНОСТ НА СЛУЧАЙ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ ЖИЗНЕННЫХ СИТУАЦИЙ?	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬ НЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
<i>ДА, УЖЕ СОЗДАЕТ</i>	31,1	56,1	44,4	40,0
<i>ДА, ПЛАНИРУЕТ ФОРМИРОВАТЬ</i>	34,2	32,9	25,8	28,8
<i>НЕТ, НЕ СОЗДАЕТ</i>	30,2	8,9	20,9	20,1
<i>ДРУГОЕ</i>	2,8	2,1	8,8	1,6

Таблица 3.10. Знание о том, какие действия административного и юридического характера нужно предпринимать в случае нарушения их прав потребителя со стороны финансовых организаций по целевым группам Программы.

В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СО СТОРОНЫ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, КАКИЕ ДЕЙСТВИЯ (АДМИНИСТРАТИВНЫЕ, ЮРИДИЧЕСКИЕ) НУЖНО ПРЕДПРИНЯТЬ	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬ НЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
<i>ДА, ХОРОШО ЗНАЮ</i>	17,3	34,2	21,7	26,8
<i>ЗНАЮ ОТЧАСТИ</i>	34,0	45,2	35,0	37,8
<i>НЕТ, НЕ ЗНАЮ</i>	40,3	19,1	35,1	30,5
<i>НИКОГДА НЕ ЗАДУМЫВАЛСЯ НАД ЭТИМ</i>	8,2	0,8	7,2	4,9
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	-	0,6	1,0	-

Таблица 3.11. Сравнение альтернативных предложений целевыми группами Программы, прежде чем брать кредит.

ЕСЛИ ПЛАНИРУЕТЕ ВЗЯТЬ КРЕДИТ В БАНКЕ – СРАВНИВАЕТЕ И КРЕДИТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ МЕЖДУ СОБОЙ?	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
<i>ВСЕГДА СРАВНИВАЮ</i>	38,7	45,2	21,2	43,7
<i>ЗАЧАСТУЮ СРАВНИВАЮ</i>	3,8	6,4	5,1	10,5
<i>ИНОГДА СРАВНИВАЮ</i>	7,5	5,1	1,5	4,5
<i>ПРАКТИЧЕСКИ НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ</i>	-	1,9	1,0	4,5
<i>НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ</i>	-	0,6	1,0	1,9
<i>КАТЕГОРИЧЕСКИ НЕ БЕРУ КРЕДИТЫ</i>	38,7	39,5	70,2	34,9
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	11,3	1,3	-	-

Таблица 3.12. Ответственность за финансовые потери с точки зрения целевых групп участников Программы.

КТО НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СЛУЧАЕ ПОТЕРИ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ (БАНКАХ, СТРАХОВЫХ КОМПАНИЯХ, БРОКЕРСКИХ УСЛУГАХ И ПР.)	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЦЕНТРОБАНКА РОССИИ</i>	35,2	29,9	38,4	31,3
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ</i>	6,7	4,5	12,6	8,8
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА НАШЕЙ ОБЛАСТИ</i>	7,6	3,8	9,1	3,4
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИИ</i>	17,1	28,7	38,4	33,2
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ФИНАНСОВОГО ИНСТИТУТА</i>	41,9	34,4	11,6	26,1
<i>СКОРЕЕ, МОЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</i>	22,9	22,9	14,6	26,3
<i>ТОЛЬКО МОЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</i>	11,4	21,7	3,5	9,2
<i>ДРУГОЕ/ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	3,8	1,9	13,6	3,2

Таблица 3.14. Осознание рисков и доходности при выборе финансовых продуктов, сравнительные данные по целевым группам Программы

<u>Как связаны риск и доходность при вложении денег на банковские счета, акции, облигации</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬН ЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
РИСК И ДОХОДНОСТЬ НИКАК НЕ СВЯЗАНЫ	12,9	9,6	11,7	15,3
ЧЕМ ВЫШЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ	10,1	5,8	10,2	9,8
ЧЕМ НИЖЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ	64,4	71,2	49,4	59,4
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	12,5	13,3	29,7	19,8

Таблица 3.15. Оценка рисков при высокой ставке по депозиту /вкладу, сравнительные данные по целевым группам Программы

<u>Как вы думаете, какая процентная ставка по банковскому вкладу несет для вас определенные риски как для потребителя финансовых услуг?</u>	СТУДЕНТЫ/ УЧАЩИЕСЯ, %	ПРЕДПРИНИМА ТЕЛИ, %	ПЕНСИОНЕРЫ, %	АКТИВНЫЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, %
СТАВКА 6-8%	5,7	14,0	18,4	10,5
13-14%	28,3	47,1	39,3	33,7
СТАВКА 2-3% В ДЕНЬ	68,9	74,5	58,2	61,6
СТАВКА ВЫШЕ 20 % (50-80 И ПР.)	70,8	84,7	56,6	76,0
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	7,5	3,2	19,9	8,2

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

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

<u>Скажите, вы считаете себя финансово грамотным человеком</u>	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ДА, СЧИТАЮ СЕБЯ ФИНАНСОВО ГРАМОТНЫМ</i>	24,9	29,2	21,1
<i>СКОРЕЕ, ДА</i>	38,5	33,2	47,4
<i>СКОРЕЕ, НЕТ</i>	22,1	19,7	24,2
<i>НЕТ, НЕ СЧИТАЮ</i>	13,0	14,3	5,3
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	1,6	3,5	2,1

Таблица 4.2. Вопрос: Скажите, вы знаете о том, что в Калининградской области реализуется Программа повышения финансовой грамотности населения? Сравнительные данные по месту проживания респондентов.

<u>Информированность о Программе</u>	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ДА, ЗНАЮ</i>	22,3	24,0	18,4
<i>ЧТО-ТО СЛЫШАЛ</i>	30,8	33,7	22,1
<i>НЕТ, ВПЕРВЫЕ СЛЫШУ</i>	47,0	42,2	59,5

Таблица 4.3. Вопрос: Скажите. Откуда, из каких источников вы знаете о Программе и ее мероприятиях? Сравнительные данные по месту проживания респондентов.

<u>Откуда слышали о Программе</u>	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ТЕЛЕВИДЕНИЕ</i>	27,3	29,5	24,2
<i>РАДИО</i>	4,8	6,3	3,2
<i>ИНТЕРНЕТ</i>	21,6	22,2	13,7
<i>ГАЗЕТЫ</i>	5,3	6,7	6,8
<i>УЧАСТВОВАЛ В АКЦИЯХ, МЕРОПРИЯТИЯХ</i>	5,4	4,2	1,0
<i>ОТ ЛЮДЕЙ, ЗНАКОМЫХ</i>	14,3	9,2	14,2
<i>РЕКЛАМНЫЕ БУКЛЕТЫ, БРОШЮРЫ</i>	3,6	1,6	2,2
<i>НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА</i>	3,4	1,0	1,1
<i>РЕКЛАМА В ТРАНСПОРТЕ</i>	2,2	0,3	2,6
<i>НЕ СЛЫШАЛ О ПРОГРАММЕ</i>	40,2	33,3	47,4
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	8,5	9,5	13,2

Таблица 4.4. Вопрос: Посмотрите, пожалуйста, на карточку. Вы видели где-либо такой логотип Программы? Сравнительные данные по месту проживания респондентов.

<u>Знание бренда/логотипа/ Программы</u>	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ДА, ВИДЕЛ, ХОРОШО ЗНАЮ ЭТОТ ЛОГОТИП</i>	9,7	11,1	5,8
<i>ДА, ВИДЕЛ, НО НЕ ПОМНЮ, К ЧЕМУ ОТНОСИТСЯ ЛОГОТИП</i>	20,6	15,0	25,3
<i>НЕ ВСТРЕЧАЛ/НЕ ВИДЕЛ</i>	69,1	73,9	68,9
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	0,6	-	-

Таблица 4.5. Скажите, пожалуйста, вы когда-либо заходили на сайт [HTTPS://WWW.FINGRAM39.RU](https://www.fingram39.ru)? Сравнительные данные по месту проживания респондентов.

<u>Посещаемость сайта Программы</u>	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ДА, ПЕРИОДИЧЕСКИ ПОСЕЩАЮ ЭТОТ САЙТ</i>	1,1	1,6	1,0
<i>ДА, ОЧЕНЬ РЕДКО ПОСЕЩАЮ САЙТ ПРОГРАММЫ</i>	3,0	4,5	1,0
<i>ОДИН РАЗ, БОЛЬШЕ НЕ ЗАХОДИЛ</i>	1,8	2,2	1,1
<i>НЕТ, НИКОГДА, НО МНЕ ЭТО ИНТЕРЕСНО</i>	46,8	45,7	62,2
<i>НЕТ, НИКОГДА, МНЕ ЭТО НЕИНТЕРЕСНО</i>	44,7	45,1	33,7
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	2,5	1,9	1,1

Таблица 4.6. Скажите, о каких мероприятиях Программы повышения финансовой грамотности в Калининградской области вы слышали?
Сравнительные данные по месту проживания респондентов.

Узнаваемость мероприятий Программы	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ, ФИНАНСОВЫЕ ИГРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ</i>	17,4	15,9	19,5
<i>ОЛИМПИАДЫ И КОНКУРСЫ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ</i>	32,0	38,4	43,2
<i>ЛЕКЦИИ, СЕМИНАРЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ АКТИВНОГО ТРУДОВОГО ВОЗРАСТА И ПЕНСИОНЕРОВ</i>	20,1	23,5	8,9
<i>ИНФОРМАЦИОННЫЕ БУКЛЕТЫ ПРОГРАММЫ ПО РАЗЛИЧНОЙ ТЕМАТИКЕ</i>	10,5	5,1	8,9
<i>РАБОТА В СМИ- СТАТЬИ, ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ, РАБОТА В ИНТЕРНЕТЕ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ</i>	26,2	20,0	17,9
<i>УРОКИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ (В ТОМ ЧИСЛЕ ДОШКОЛЬНИКОВ, ШКОЛЬНИКОВ) И МОЛОДЕЖИ</i>	16,0	7,3	7,9
<i>ПРЕМИЯ «ФИНАНСОВЫЙ ПРЕСТИЖ»</i>	4,3	4,2	0,6
<i>НЕДЕЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ</i>	5,1	3,5	4,7
<i>ДНИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ</i>	5,7	2,9	7,9
<i>ФИНАНСОВЫЙ ЛАГЕРЬ (КРАТКОСРОЧНЫЙ ТРЕНИНГ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ)</i>	5,8	1,3	3,2
<i>НИ О КАКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ НЕ СЛЫШАЛ</i>	32,9	41,0	31,6

Таблица 4.7. Скажите, какой информации по различным аспектам финансовой грамотности вам недостаточно. О чем вы бы хотели знать больше?
Сравнительные данные по месту проживания респондентов.

НАЗВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ТЕМЫ	КАЛИНИН ГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ</i>	18,4	16,5	13,8
<i>ЖКХ-ПЛАНИРОВАНИЕ, КОНТРОЛЬ СРЕДСТВ, ЧТЕНИЕ СТАТЕЙ РАСХОДОВ В ПЛАТЕЖКАХ И ПРОЧЕЕ</i>	46,5	41,0	33,9.
<i>НАЛОГИ - УПРАВЛЕНИЕ, УЧЕТ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СРОКИ, РАЗМЕР НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ И ПРОЧЕЕ</i>	31,9	21,6	36,0
<i>ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ, ЛИЧНЫЕ КАБИНЕТЫ, УДАЛЕННАЯ РАБОТА С ФИН. ИНСТИТУТАМИ</i>	12,9	8,6	8,5
<i>ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ</i>	39,8	42,2	47,1
<i>СБЕРЕЖЕНИЯ (ВКЛАДЫ)</i>	24,0	21,6	25,9
<i>ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ПИФЫ, ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИНВЕСТ. СЧЕТА</i>	11,9	9,2	2,6
<i>УСЛУГИ СТРАХОВАНИЯ</i>	17,4	16,2	16,4
<i>РАСЧЕТ И ПЛАНИРОВАНИЕ ЛИЧНОГО ИЛИ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА, РАСХОДЫ</i>	16,8	10,8	18,5
<i>БЛОКЧЕЙН, КРИПТОВАЛЮТЫ</i>	7,9	0,6	5,8
<i>ВСЕ О ПЛАСТИКОВЫХ КАРТАХ- ЗАРПЛАТНЫЕ, ДЕБЕТОВЫЕ, КРЕДИТНЫЕ, КЭШБЕК</i>	21,4	17,8	19,0
<i>СТРАХОВАНИЕ</i>	12,9	6,0	9,5
<i>НИЧЕГО ИЗ ЭТОГО НЕ ИНТЕРЕСНО</i>	8,7	17,8	13,2

Таблица 4.8. Важность создания финансовой подушки безопасности по целевым группам Программы.? Сравнительные данные по месту проживания респондентов.

Скажите, для вас важно создавать некую подушку безопасности на случай кризиса и других непредвиденных ситуаций?	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
ДА, ДЛЯ МЕНЯ ЭТО ОЧЕНЬ ВАЖНО	60,5	69,5	67,9
СКОРЕЕ, ВАЖНО	28,1	21,3	22,1
СКОРЕЕ, НЕ ВАЖНО	5,5	4,8	4,7
ДЛЯ МЕНЯ ЭТА ПОДУШКА НЕ ВАЖНА И НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ	5,3	2,5	3,2
ДРУГОЕ	-	-	1,1
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	0,6	1,9	1,1

Таблица 4.9. Формирование финансового буфера на случай кризисных ситуаций в зависимости от места проживания респондентов.

СКАЖИТЕ, ВЫ ИЛИ ВАША СЕМЬЯ СОЗДАЕТ ФИНАНСОВУЮ ПОДУШКУ БЕЗОПАСНОСТ НА СЛУЧАЙ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ ЖИЗНЕННЫХ СИТУАЦИЙ?	КАЛИНИН ГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
ДА, УЖЕ СОЗДАЕТ	39,0	46,2	38,9
ДА, ПЛАНИРУЕТ ФОРМИРОВАТЬ	37,2	29,9	44,7
НЕТ, НЕ СОЗДАЕТ	18,7	21,5	23,2
ДРУГОЕ	1,7	2,6	1,7

Таблица 4.10. Знание о том, какие действия административного и юридического характера нужно предпринимать в случае нарушения их прав потребителя со стороны финансовых организаций по месту проживания респондентов.

В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СО СТОРОНЫ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, КАКИЕ ДЕЙСТВИЯ (АДМИНИСТРАТИВНЫЕ, ЮРИДИЧЕСКИЕ) НУЖНО ПРЕДПРИНЯТЬ	КАЛИНИН ГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ДА, ХОРОШО ЗНАЮ</i>	30,6	27,5	23,8
<i>ЗНАЮ ОТЧАСТИ</i>	35,0	41,3	41,5
<i>НЕТ, НЕ ЗНАЮ</i>	31,2	28,7	29,6
<i>НИКОГДА НЕ ЗАДУМЫВАЛСЯ НАД ЭТИМ</i>	8,6	2,6	5,1
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	0,6	-	-

Таблица 4.11. Сравнение альтернативных предложений, прежде чем брать кредит, в зависимости от места проживания респондентов.

ЕСЛИ ПЛАНИРУЕТЕ ВЗЯТЬ КРЕДИТ В БАНКЕ – СРАВНИВАЕТЕ И КРЕДИТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ МЕЖДУ СОБОЙ?	КАЛИНИН ГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ВСЕГДА СРАВНИВАЮ</i>	40,8	36,8	37,4
<i>ЗАЧАСТУЮ СРАВНИВАЮ</i>	9,7	3,2	11,1
<i>ИНОГДА СРАВНИВАЮ</i>	2,6	5,7	6,3
<i>ПРАКТИЧЕСКИ НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ</i>	1,0	3,2	6,3
<i>НИКОГДА НЕ СРАВНИВАЮ</i>	0,4	1,9	2,1
<i>КАТЕГОРИЧЕСКИ НЕ БЕРУ КРЕДИТЫ</i>	42,8	48,9	36,8
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	2,6	0,3	-

Таблица 4.12. **Ответственность за финансовые потери в зависимости от места проживания респондентов.**

КТО НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СЛУЧАЕ ПОТЕРИ НА ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ (БАНКАХ, СТРАХОВЫХ КОМПАНИЯХ, БРОКЕРСКИХ УСЛУГАХ И ПР.)	КАЛИНИН ГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЦЕНТРОБАНКА РОССИИ</i>	34,4	33,0	26,8
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ</i>	9,5	10,8	4,7
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА НАШЕЙ ОБЛАСТИ</i>	6,7	5,4	4,2
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИИ</i>	31,4	34,9	27,4
<i>ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ФИНАНСОВОГО ИНСТИТУТА</i>	31,8	22,2	20,5
<i>СКОРЕЕ, МОЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</i>	21,7	21,0	25,3
<i>ТОЛЬКО МОЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ</i>	9,5	11,1	8,9
<i>ДРУГОЕ/ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	2,0	8,3	10,5

Таблица 4.13. **Осознание рисков и доходности при выборе финансовых продуктов, в зависимости от места проживания.**

<u>Как связаны риск и доходность при вложении денег на банковские счета, акции, облигации</u>	КАЛИНИН ГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>РИСК И ДОХОДНОСТЬ НИКАК НЕ СВЯЗАНЫ</i>	12,8	13,7	12,4
<i>ЧЕМ ВЫШЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ</i>	8,3	9,3	20,8
<i>ЧЕМ НИЖЕ РИСК, ТЕМ НИЖЕ ДОХОДНОСТЬ</i>	61,2	51,0	53,9
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	17,7	26,0	12,9

Таблица 4.14. **Осознание рисков при высокой ставке по депозиту /вкладу, в зависимости от места проживания.**

<u>Как вы думаете, какая процентная ставка по банковскому вкладу несет для вас определенные риски как для потребителя финансовых услуг?</u>	КАЛИНИН ГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>СТАВКА 6-8%</i>	11,1	14,1	12,6
<i>13-14%</i>	32,3	40,7	37,9
<i>СТАВКА 2-3% В ДЕНЬ</i>	64,2	67,0	57,4
<i>СТАВКА ВЫШЕ 20 % (50-80 И ПР.)</i>	72,3	64,7	83,7
<i>ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	7,5	13,8	10,0