

КАЛИНИНГРАДСКАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ СЛУЖБА  
Г. КАЛИНИНГРАД, УЛ. КЛИНИЧЕСКАЯ, 19 Тел./Факс. 469955, 531093  
WWW.SOCIOSERVICE.COM

## «Финансовая грамотность и финансовое поведение жителей Калининградской области»

социологическое исследование для подготовки целевой  
программы «Повышение уровня финансовой грамотности  
жителей Калининградской области в 2011-2015г.г.»

ИЮЛЬ  
2011 год

**СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:**

- <u><b>ВВЕДЕНИЕ</b></u> .....	<u><b>СТР.03</b></u>
- <u><b>ТЕХНИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ</b></u> .....	<u><b>СТР.04</b></u>
1. <u><b>ОЦЕНКА УРОВНЯ ЖИЗНИ И СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ЛИЧНЫМИ ФИНАНСАМИ НАСЕЛЕНИЕМ ОБЛАСТИ. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, УПРАВЛЕНИЕ ЛИЧНЫМ БЮДЖЕТОМ, СООТНОШЕНИЕ ТРАТЫ-ДОХОДЫ-СБЕРЕЖЕНИЯ</b></u> .....	<u><b>СТР.08</b></u>
2. <u><b>УРОВЕНЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ДО НАЧАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ-ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ В ВОПРОСАХ БАНКОВСКОГО И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ. ПЛАНИРОВАНИЕ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ПОНИМАНИЕ ВОПРОСОВ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ. ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ</b></u> .....	<u><b>СТР.36</b></u>
3. <u><b>ПОНИМАНИЕ ЛИЧНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА СВОИ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ, ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПАТЕРНАЛИСТСКОЙ МОДЕЛИ В ВОСПРИЯТИИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ</b></u> .....	<u><b>СТР 55</b></u>
4. <u><b>ДОЛИ БАЗОВЫХ ГРУПП, НА КОТОРЫХ НАЦЕЛЕНА РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ, ОПИСАНИЕ, ХАРАКТЕРИСТИКИ. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ</b></u>	
4.1. <u><b>МОЛОДЕЖЬ</b></u> .....	<u><b>СТР 61</b></u>
4.2. <u><b>ПЕНСИОНЕРЫ</b></u> .....	<u><b>СТР. 84</b></u>
4.3. <u><b>НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ</b></u> .....	<u><b>СТР. 97</b></u>
5. <u><b>ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ</b></u> .....	<u><b>СТР 110</b></u>
6. <u><b>УРОВЕНЬ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ИНФОРМАЦИИ О ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТАХ И УСЛУГАХ, ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К ПРАВОВОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОМОЩИ, ОЦЕНКА АКТУАЛЬНОСТИ КОМПЛЕКСА МЕР, ПРЕДУСМОТРЕННЫХ ПРОГРАММОЙ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ОБЛАСТИ</b></u> .....	<u><b>СТР. 135</b></u>
7. <u><b>КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ДЛЯ ПОСЛЕДУЮЩЕГО ПРОВЕДЕНИЯ МОНИТОРИНГА В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ</b></u> .....	<u><b>СТР. 140</b></u>
8. <u><b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b></u> .....	<u><b>СТР.149</b></u>



## **ВВЕДЕНИЕ**

Данное исследование проведено с целью успешного запуска Программы по обеспечению финансовой грамотности жителей области. Нам, как исследователям, было крайне интересно понять уровень вовлеченности граждан в процесс принятия решений по управлению личными финансами. Это сам по себе малоизученный вопрос. Как происходит этот процесс у разных социогрупп: людей с низким и средним доходом, по гендерному признаку, изучить жителей Калининграда и области и т.д. Весь поток информации мы свели к четкой цели – показать разработчикам и будущим исполнителям Программы «Повышение уровня финансовой грамотности жителей Калининградской области в 2011-2015гг», с чем и с кем им придется иметь дело, максимально облегчив им задачу.

**ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ:** Исследование состояния финансовой грамотности и отношения к возможным мероприятиям Программы населения Калининградской области.

## **ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ:**

- Получить информацию об уровне финансовой грамотности населения Калининградской области до начала реализации Программы.
- Для дальнейшего мониторинга, который определен Программой, выявить доли 4х базовых групп от 100% населения области, на которых нацелена реализация Программы.
- Сформулировать перечень проблем финансового поведения населения.
- Изучить общественное мнение населения Калининградской области в отношении реализации Программы;
- Выявить актуальность и отношение населения к мерам повышения финансовой грамотности, запланированным в рамках реализации Программы (в том числе среди представителей разных аудиторий программы).
- Разработать предложение по определению ключевых критериев для последующего проведения мониторинга реализации Программы в Калининградской области.



## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ:

### **Многоступенчатая квотированная выборка**

1. КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ ОПРОС 1000 респондентов по квотированной, стратифицированной выборке (страты по месту проживания респондентов). Выборка квотная, репрезентирует состав населения Калининграда, начиная с 14 лет по полу и возрасту на основании статистических данных Госкомстата. Опрос проводился маршрутным методом посредством личного интервью (face to face) по месту жительства респондентов. Исследования проводятся поквартирным, пошаговым, маршрутным методом в Калининградской области и Калининграде. Допустимая ошибка выборки 3,2% при доверительной вероятности 0,95. Данные опроса обрабатываются с помощью пакета прикладных статистических программ SPSS.
2. ЭКСПЕРТНЫЙ ОПРОС (face-to-face) 100 представителей малого и среднего бизнеса (в т.ч. ООО, ЧП, ИП, ОАО).

Данные опроса рассматриваются как в общем массиве данных, так и в разрезе социально-демографических характеристик, а также по 4 целевым аудиториям реализации Программы (учащиеся школьного возраста и студенты, жители с низким и средним уровнем доходов; представители малого и среднего бизнеса, население старшего (пенсионного) возраста).

Опрос проводился согласно Международному Кодексу деятельности по изучению общественного мнения и маркетинговым исследованиям.<sup>1</sup>

Данные опроса обработаны с помощью пакета прикладных статистических программ SPSS 17,0. Допустимая ошибка выборки 3,2% при доверительной вероятности 0,95. Уровень отказов от участия в интервью (non – response rate)<sup>2</sup> не превышал 0,15. При работе на маршрутах осуществлялся 100% визуальный контроль анкет, 30% - адресный и телефонный контроль.

---

<sup>1</sup> Принят международной торговой палатой и Европейским обществом по изучению общественного мнения и маркетинговых исследований (ЭСОМАР), редакция 1995г

<sup>2</sup> Низкий уровень отказов напрямую повышает качество данного исследования и достигается особыми авторскими технологиями, которые мы применяем при проведении опросов



**ТЕХНИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ-КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ ОПРОС**

<b>КАТЕГОРИЯ</b>	<b>ГРУППА</b>	<b>% ОПРОШЕННЫХ</b>
<b>ПОЛ РЕСПОНДЕНТА</b>	<b>МУЖЧИНЫ</b>	<b>46,3</b>
	<b>ЖЕНЩИНЫ</b>	<b>53,7</b>
<b>ВОЗРАСТ РЕСПОНДЕНТА</b>	<b>14-17 ЛЕТ</b>	<b>11,2</b>
	<b>18-26 ЛЕТ</b>	<b>18,4</b>
	<b>27-38 ЛЕТ</b>	<b>18,3</b>
	<b>39-46 ЛЕТ</b>	<b>15,2</b>
	<b>47-55 ЛЕТ</b>	<b>16,5</b>
	<b>56 ЛЕТ И СТАРШЕ</b>	<b>20,6</b>
<b>УРОВЕНЬ ДОХОДОВ РЕСПОНДЕНТА</b>	<b>ОЧЕНЬ НИЗКИЙ</b> (МЫ ЕДВА СВОДИМ КОНЦЫ С КОНЦАМИ, ДЕНЕГ НЕ ХВАТАЕТ ДАЖЕ НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ)	<b>7,6</b>
	<b>НИЗКИЙ</b> (НА ПРОДУКТЫ ДЕНЕГ ХВАТАЕТ, НО ПОКУПКА ОДЕЖДЫ ВЫЗЫВАЕТ ЗАТРУДНЕНИЯ)	<b>23,8</b>
	<b>СРЕДНИЙ</b> (ДЕНЕГ ХВАТАЕТ НА ПРОДУКТЫ И ОДЕЖДУ, НО ПОКУПКА ВЕЩЕЙ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ СЕЙЧАС НЕДОСТУПНА)	<b>46,0</b>
	<b>СРЕДНИЙ+</b> (МЫ МОЖЕМ БЕЗ ТРУДА ПРИОБРЕТАТЬ ВЕЩИ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ, ОДНАКО ДЛЯ НАС ЗАТРУДНИТЕЛЬНО ПРИОБРЕТАТЬ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ДОРОГИЕ ВЕЩИ)	<b>17,6</b>
	<b>ВЫСОКИЙ</b> (МЫ МОЖЕМ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ДОСТАТОЧНО ДОРОГОСТОЯЩИЕ ПОКУПКИ – КВАРТИРУ, ДАЧУ, МАШИНУ И ПР.)	<b>1,5</b>
	<b>ОТКАЗ ОТ ОТВЕТА/ЗАТРУДНЯЮСЬ</b>	<b>3,4</b>
<b>СОСТАВ СЕМЬИ</b>	<b>ЖИВУ ОДИН</b>	<b>11,7</b>
	<b>ДВОЕ</b>	<b>26,3</b>
	<b>ТРОЕ</b>	<b>28,3</b>
	<b>ЧЕТВЕРО</b>	<b>22,6</b>
	<b>ПЯТЬ И БОЛЕЕ</b>	<b>11,0</b>



<i>КАТЕГОРИЯ</i>	<i>ГРУППА</i>	<i>% ОПРОШЕННЫХ</i>
<i>СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС РЕСПОНДЕНТА</i>	<i>РАБОТНИК БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЫ</i>	<i>5,5</i>
	<i>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ/МУНИЦИПАЛЬНЫЙ СЛУЖАЩИЙ</i>	<i>6,5</i>
	<i>РАБОЧИЙ</i>	<i>10,2</i>
	<i>ВОЕННОСЛУЖАЩИЙ, РАБОТНИК ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ</i>	<i>2,6</i>
	<i>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ</i>	<i>4,4</i>
	<i>НАЕМНЫЙ РАБОТНИК В ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ – РУКОВОДЯЩЕЕ ЗВЕНО, ОФИСНЫЙ СЛУЖАЩИЙ</i>	<i>4,8</i>
	<i>НАЕМНЫЙ РАБОТНИК ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ – СФЕРА УСЛУГ</i>	<i>17,9</i>
	<i>СТУДЕНТ, УЧАЩИЙСЯ</i>	<i>15,8</i>
	<i>ПЕНСИОНЕР</i>	<i>16,4</i>
	<i>РАБОТАЮЩИЙ ПЕНСИОНЕР</i>	<i>5,1</i>
	<i>РАБОТНИК СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА</i>	<i>0,4</i>
	<i>ДОМАШНЯЯ ХОЗЯЙКА</i>	<i>4,1</i>
	<i>ВРЕМЕННО БЕЗРАБОТНЫЙ (ИЩУ РАБОТУ)</i>	<i>4,7</i>
	<i>ВРЕМЕННО БЕЗРАБОТНЫЙ (НЕ ИЩУ РАБОТУ)</i>	<i>1,1</i>
<i>ДРУГОЕ</i>	<i>0,7</i>	
<i>МЕСТО ПРОЖИВАНИЯ</i>	<i>КАЛИНИНГРАД</i>	<i>49,3</i>
	<i>МАЛЫЕ ГОРОДА</i>	<i>37,0</i>
	<i>СЕЛА, ПОСЕЛКИ</i>	<i>13,7</i>



**МАРШРУТЫ**

	ТОЧКА ОПРОСА	КОЛИЧЕСТВО РЕСПОНДЕНТ ОВ	ПРОЦЕНТ ОТ ВЫБОРКИ
КАЛИНИНГРАД	ЛЕНИНГРАДСКИЙ	197	19,7
	ЦЕНТРАЛЬНЫЙ	140	14,0
	МОСКОВСКИЙ	158	15,8
РАЙОНЫ ОБЛАСТИ	ЧЕРНЯХОВСКИЙ Р-Н	56	5,6
	СЛАВСКИЙ РН	48	4,8
	ГВАРДЕЙСКИЙ РН	34	3,4
	ГУРЬЕВКИЙ РН	34	3,4
	БАГРАТИОНОВСКИЙ РН	25	2,5
	ГУСЕВСКИЙ РН	11	1,1
	ЗЕЛЕНОГРАДСКИЙ РН	29	2,9
	СВЕТЛОВСКИЙ РН	43	4,3
	ПОЛЕССКИЙ РН	24	2,4
	БАЛТИЙСКИЙ РН	29	2,9
	МАМОНОВО, ЛАДУШКИН	12	1,2
	КРАСНОЗНАМЕНСКИЙ Р-Н	33	3,3
	НЕМАН, НЕСТЕРОВ	7	0,7
	ВОЛОЧАЕВСКОЕ, ВЗМОРЬЕ	21	2,1
	СОВЕТСКИЙ Р-Н	64	6,4
	БОЛЬШАКОВО	11	1,1
	ПОСЕЛКИ ВСЕ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ ТОЧЕК ОПРОСА	26	2,6
	TOTAL	1002	100,0



## ЧАСТЬ 1

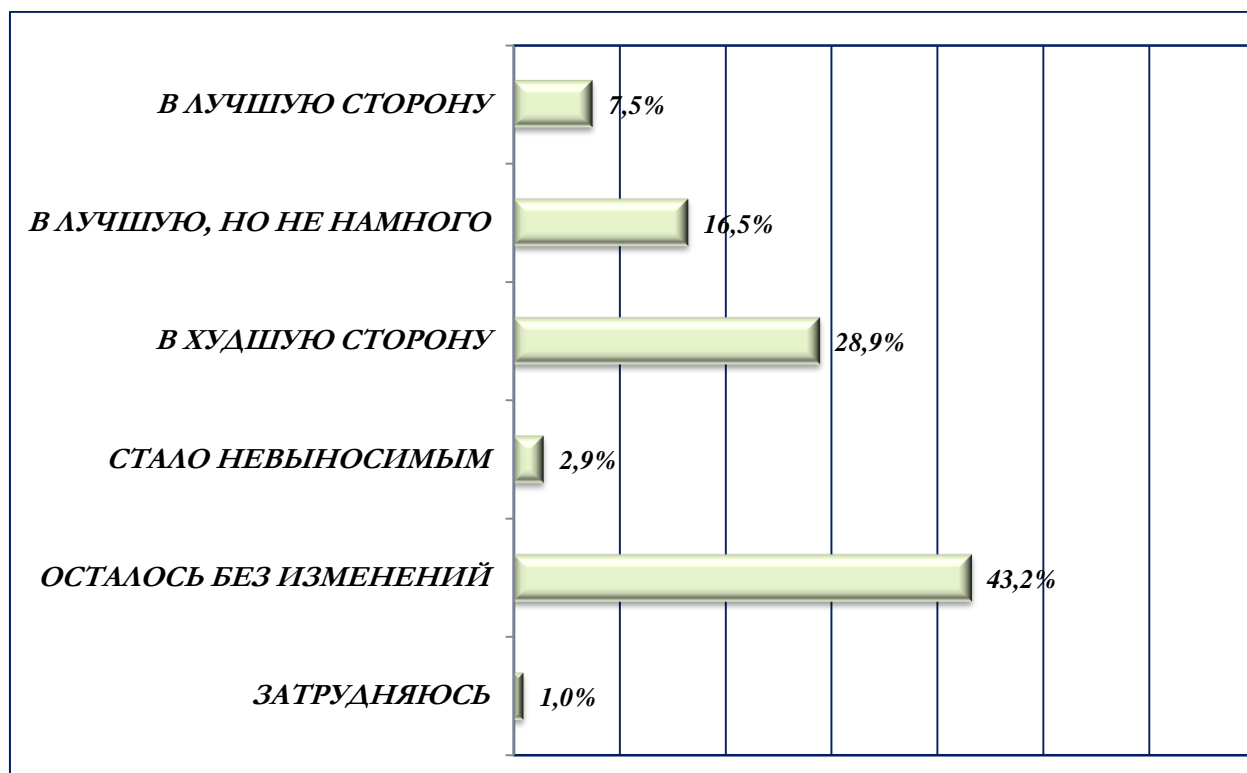
### ОЦЕНКА УРОВНЯ ЖИЗНИ И СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ЛИЧНЫМИ ФИНАНСАМИ НАСЕЛЕНИЕМ ОБЛАСТИ. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ, УПРАВЛЕНИЕ ЛИЧНЫМ БЮДЖЕТОМ, СООТНОШЕНИЕ ТРАТЫ-ДОХОДЫ-СБЕРЕЖЕНИЯ.

Первый вопрос исследования определяет общий характер финансового состояния граждан. Каждый третий житель области считает, что его материальное положение изменилось в худшую сторону. Тем не менее, 43,2% респондентов не заметили ухудшения своего материального положения.

Положительные перемены своего материального положения видят в большей степени молодые люди и активный трудовой возраст. У населения зрелого и пожилого возраста более 40% отмечают изменения к худшему или не видят перемен.

**ГРАФИК 1.1**

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



НА ГРАФИКЕ УКАЗАНО ОБЩЕЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТОВ ОТ 100% ОПРОШЕННЫХ





ТАБЛИЦА 1.2.

КАТЕГОРИЯ	ГРУППА	КАК ИЗМЕНИЛОСЬ МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ВАШЕЙ СЕМЬИ ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД?					
		В ЛУЧШУЮ СТОРОНУ	В ЛУЧШУЮ, НО НЕ НАМНОГО	В ХУДШУЮ СТОРОНУ	СТАЛО НЕВЫНОСИМЫМ	ОСТАЛОСЬ БЕЗ ИЗМЕНЕНИЙ	ЗАТРУДНЯЮСЬ
ПОЛ	МУЖЧИНЫ	8,6	17,0	26,3	2,2	44,8	1,1
	ЖЕНЩИНЫ	6,5	16,0	31,2	3,5	41,8	0,9
ВОЗРАСТ	14-17 ЛЕТ	17,0	25,0	11,6	1,8	40,2	4,5
	18-26 ЛЕТ	8,2	23,4	16,8	1,6	49,5	0,5
	27-38 ЛЕТ	9,3	18,0	29,5	3,3	38,8	1,1
	39-46 ЛЕТ	5,3	17,1	30,9	2,0	44,7	-
	47-55 ЛЕТ	4,8	9,1	41,2	3,0	41,8	-
	56 ЛЕТ И СТАРШЕ	3,9	9,7	37,4	4,9	43,2	1,0
МЕСТО ПРОЖИВАНИЯ	КАЛИНИНГРАД	8,5	18,0	27,5	2,6	42,7	0,6
	МАЛЫЕ ГОРОДА	7,0	15,1	31,3	3,2	41,8	1,6
	ПОСЕЛКИ, СЕЛА	5,1	14,6	27,7	2,9	48,9	0,7

В ТАБЛИЦЕ УКАЗАНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ ГРУППАМ РЕСПОНДЕНТОВ

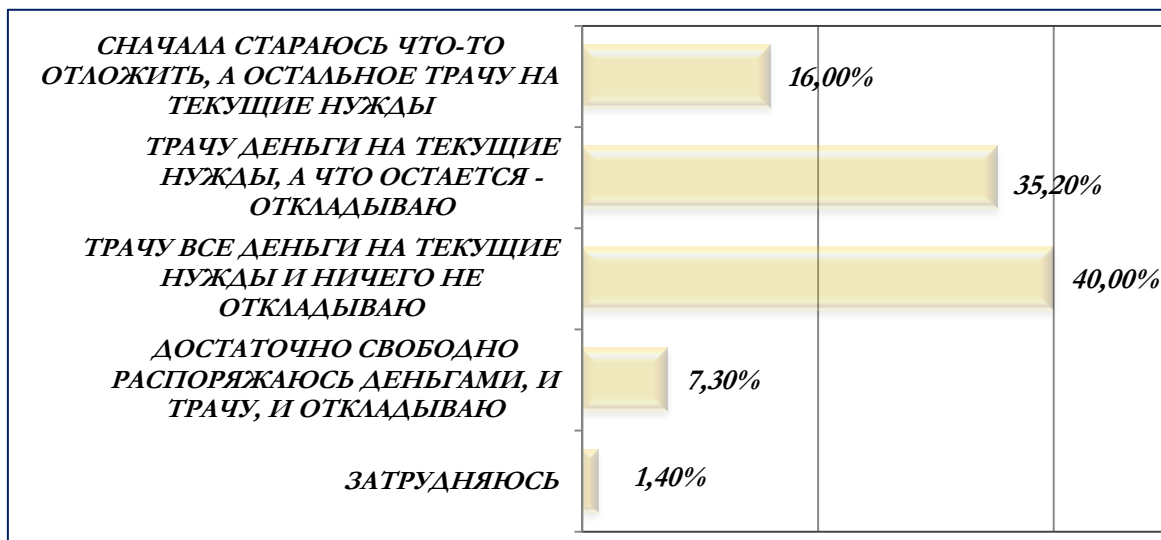
Рассмотрим вопрос распределения полученных денег в семьях. В общем и целом около 60% населения области может откладывать денежные суммы. Для одних это «долгий ящик», для других (более 35%) лишь вопрос ближайшего времени для оперативного расхода своих сбережений. Можно с уверенностью сказать, что на сегодняшний день в Программе по финансовой



грамотности населения будут заинтересованы более 40 % жителей области, имеющие сбережения.

**ГРАФИК 1.3.**

**КАК ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) ОБЫЧНО РАСПОРЯЖАЕТЕСЬ ДОХОДАМИ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ?  
(ОДИН ОТВЕТ)**



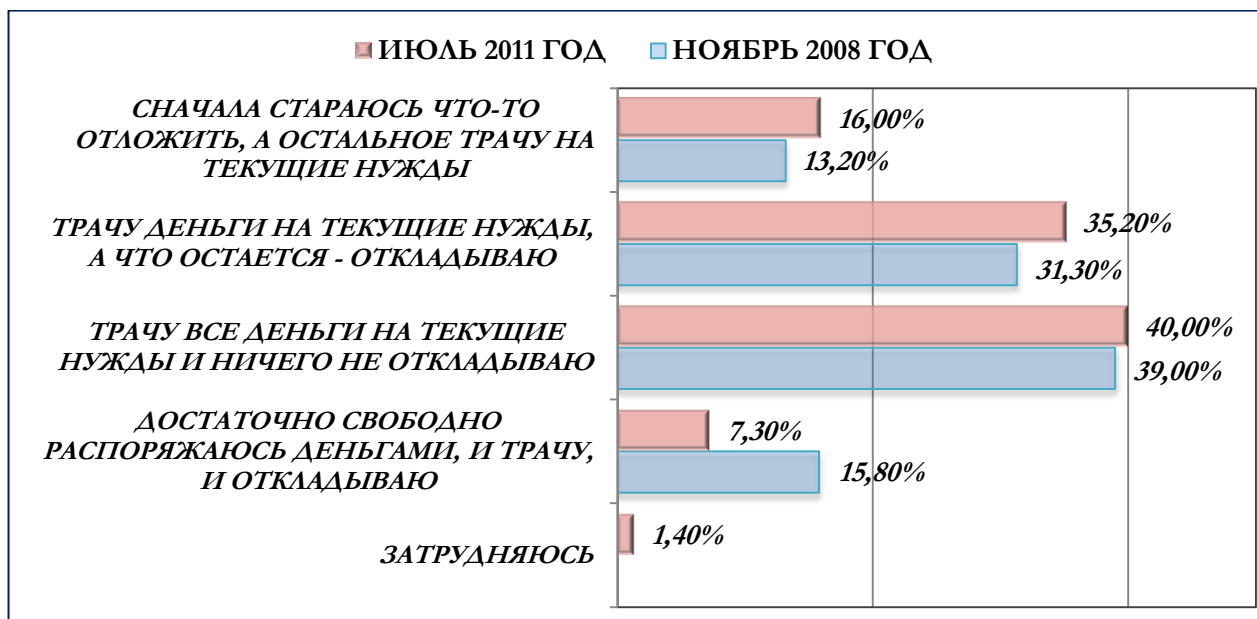
**НА ГРАФИКЕ УКАЗАНО ОБЩЕЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТОВ ОТ 100% ОПРОШЕННЫХ**

По сравнению с осенью 2008 года почти в два раза снизилась доля жителей области, свободно распоряжающихся своими средствами. За 2,5 года практически на том же уровне сохранилось число граждан. Кто не имеет возможности откладывать деньги – все уходит на текущие нужды. На 3,9% больше сейчас тех, кто в старается откладывать деньги, если свободные средства остаются (График 1.4.).



ГРАФИК 1.4.

ДИНАМИКА ПРИВОДИТСЯ НА ОСНОВАНИИ ИССЛЕДОВАНИЙ РЫНКА  
ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ КАЛИНИНГРАДСКОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ ЗА 2008  
ГОД



Важно отметить, что и калининградцы, и жители районов почти в равной степени сначала что-то откладывают, остальное – тратят (почти каждый шестой респондент). Самой активной возрастной группой, которая имеет возможность откладывать средства, является возраст 27 – 46 лет. Хороший потенциал делать сбережения и у молодежи. В самой сложной ситуации находятся жители зрелого и пожилого возраста – около половины из них тратят все на текущие нужды (Таблица 1.5.).



ТАБЛИЦА 1.5.

КАТЕГОРИЯ	ГРУППА	КАК ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) ОБЫЧНО РАСПОРЯЖАЕТЕСЬ ДОХОДАМИ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ?				
		СТАРАЮСЬ СНАЧАЛА СТАРАЮСЬ ЧТО-ТО ОТЛОЖИТЬ, А ОСТАЛЬНЫЕ ДЕНЬГИ ТРАЧУ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ	ТРАЧУ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ, А ЧТО ОСТАЕТСЯ – ОТКЛАДЫВАЮ	ТРАЧУ ВСЕ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ И НИЧЕГО НЕ ОТКЛАДЫВАЮ	ДОСТАТОЧНО СВОБОДНО РАСПОРЯЖАЮСЬ ДЕНЬГАМИ – И ТРАЧУ, И ОТКЛАДЫВАЮ	ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ
ПОЛ	МУЖЧИНЫ	15,3	35,6	38,4	8,6	1,9
	ЖЕНЩИНЫ	16,6	34,9	41,4	6,2	0,9
ВОЗРАСТ	14-17 ЛЕТ	26,8	29,5	22,3	16,1	5,4
	18-26 ЛЕТ	22,3	35,9	33,2	8,7	-
	27-38 ЛЕТ	14,9	40,9	35,9	7,7	0,6
	39-46 ЛЕТ	13,2	42,8	38,8	4,6	0,7
	47-55 ЛЕТ	12,1	33,3	47,3	6,1	1,2
	56 ЛЕТ И СТАРШЕ	10,7	28,8	54,6	3,9	2,0
МЕСТО ПРОЖИВАНИЯ	КАЛИНИНГРАД	15,9	40,5	33,8	9,4	0,4
	МАЛЫЕ ГОРОДА	15,6	29,1	47,7	5,4	2,2
	ПОСЕЛКИ, СЕЛА	17,5	32,8	41,6	5,1	2,9

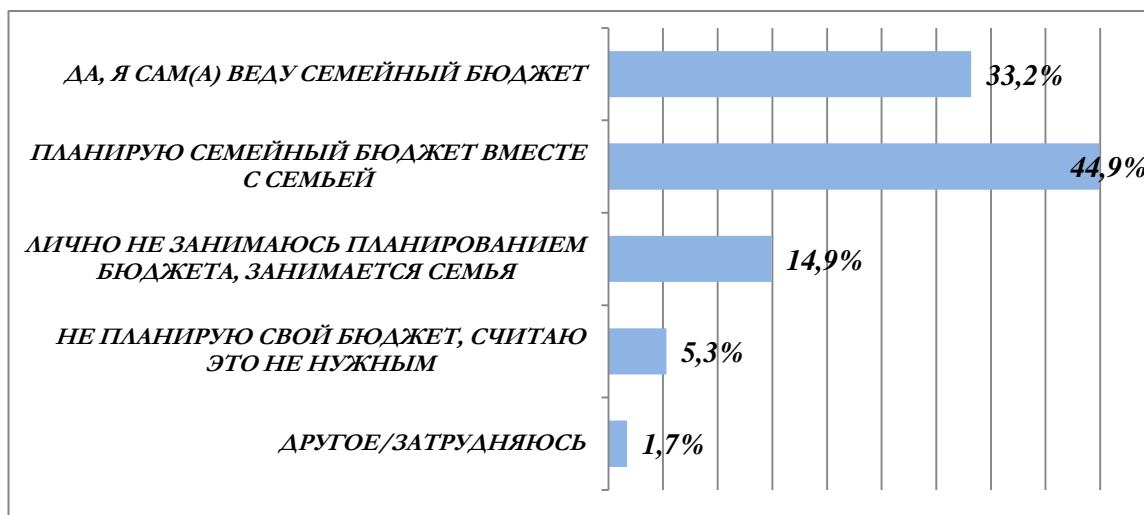
В ТАБЛИЦЕ УКАЗАНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ ГРУППАМ РЕСПОНДЕНТОВ



Большинство жителей региона ответственно относятся к распоряжению своими средствами – 80,1% лично или совместно с родственниками планируют свой бюджет. Категорично относятся к построению финансовых планов только 5,3% опрошенных.

**ГРАФИК 1.6.**

**СКАЖИТЕ, ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ СВОЙ БЮДЖЕТ (СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ)? (ОДИН ОТВЕТ)**



НА ГРАФИКЕ УКАЗАНО ОБЩЕЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТОВ ОТ 100% ОПРОШЕННЫХ



ТАБЛИЦА 1.7.

КАТЕГОРИЯ	ГРУППА	КАК ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) ОБЫЧНО РАСПОРЯЖАЕТЕСЬ ДОХОДАМИ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ?				
		ДА, Я САМ ВЕДУ СВОЙ (СЕМЕЙНЫЙ) БЮДЖЕТ	ПЛАНИРУЮ СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ ВМЕСТЕ С СЕМЬЕЙ	ЛИЧНО НЕ ПЛАНИРУЮ, ЗАНИМАЕТСЯ СЕМЬЯ	НЕ ПЛАНИРУЮ, СЧИТАЮ ЭТО НЕ НУЖНЫМ	ДРУГОЕ/ЗАТРУДНЯЮСЬ
ПОЛ	МУЖЧИНЫ	28,4	44,8	19,6	5,6	0,5
	ЖЕНЩИНЫ	37,4	45,0	10,8	5,0	1,9
ВОЗРАСТ	14-17 ЛЕТ	13,4	21,4	59,8	4,5	0,9
	18-26 ЛЕТ	28,3	50,0	15,8	4,3	1,6
	27-38 ЛЕТ	34,4	44,8	13,7	6,0	1,1
	39-46 ЛЕТ	25,7	60,5	6,6	5,9	1,3
	47-55 ЛЕТ	37,0	52,1	4,2	3,6	3,0
	56 ЛЕТ И СТАРШЕ	50,0	35,9	5,3	6,8	1,9
МЕСТО ПРОЖИВАНИЯ	КАЛИНИНГРАД	37,4	41,3	14,2	5,7	1,4
	МАЛЫЕ ГОРОДА	30,7	48,8	16,2	3,0	1,3
	ПОСЕЛКИ, СЕЛА	24,8	47,4	13,9	10,2	3,6

В ТАБЛИЦЕ УКАЗАНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ ГРУППАМ РЕСПОНДЕНТОВ

Вопрос об уровне доходов мы разделили на два. Нам важно было понять в первом случае, какие на самом деле доходы в домохозяйствах, и во втором, собственно, психологическая оценка этих доходов, так как потребности у людей разные. Традиционно в малых городах и поселках уровень доходов оценивается респондентами чуть ниже. Однако разница в



распределении данных не столь существенна. Отметим, что к среднему классу по доходам себя относит достаточно большая группа респондентов. В сельской местности это более половины респондентов. В «зоне бедствия» находится каждый четвертый житель области. Люди с низким и средним достатком – основная, самая большая группа – это 66,9%.

Большая часть населения независимо от состава семьи живет на 10000 – 25000 рублей в месяц. Каждый пятый отметил на шкале доходы в 25000 – 40000 рублей. В таблицах мы приводим распределение доходов по составу семьи. Данные показывают, что в семьях из 2 – 3 человек средний уровень доходов чуть выше. Основная часть одиноких калининградцев живут на 6000 – 15000 рублей в месяц.

**ТАБЛИЦА 1.8.**

**СКАЖИТЕ, К КАКОМУ УРОВНЮ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА ВЫ СЕБЯ ОТНОСИТЕ?<sup>3</sup>**

УРОВЕНЬ ДОХОДА		% ОТ ВЫБОРКИ
ОЧЕНЬ НИЗКИЙ	МЫ ЕДВА СВОДИМ КОНЦЫ С КОНЦАМИ, ДЕНЕГ НЕ ХВАТАЕТ ДАЖЕ НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	7,6
НИЗКИЙ	НА ПРОДУКТЫ ДЕНЕГ ХВАТАЕТ, НО ПОКУПКА ОДЕЖДЫ ВЫЗЫВАЕТ ФИНАНСОВЫЕ ЗАТРУДНЕНИЯ	23,8
СРЕДНИЙ	ДЕНЕГ ХВАТАЕТ НА ПРОДУКТЫ И ОДЕЖДУ, НО ПОКУПКА ВЕЩЕЙ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ СЕЙЧАС НЕДОСТУПНА	46,0
СРЕДНИЙ+	МЫ МОЖЕМ БЕЗ ТРУДА ПРИОБРЕТАТЬ ВЕЩИ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ, ОДНАКО ДЛЯ НАС ЗАТРУДНИТЕЛЬНО ПОКУПАТЬ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ДОРОГИЕ ВЕЩИ	17,6
ВЫСОКИЙ	МЫ МОЖЕМ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ДОСТАТОЧНО ДОРОГОСТОЯЩИЕ ПОКУПКИ – КВАРТИРУ, ДАЧУ И ПР.	1,5
	ОТКАЗ/ЗАТРУДНЯЮСЬ	3,4
	Total	100,0

<sup>3</sup> НЕОБХОДИМО ВЫЯСНИТЬ, КАКУЮ ЧАСТЬ ОТ ВСЕГО НАСЕЛЕНИЯ ОБЛАСТИ СОСТАВЛЯЕТ НАСЕЛЕНИЕ СО СРЕДНИМ И НИЗКИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ. ТАК КАК ЭТО ОДНА ИЗ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.



**ГРАФИК 1.9.**  
**ОЦЕНКА УРОВНЯ ДОХОДОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ**  
**РЕСПОНДЕНТА**

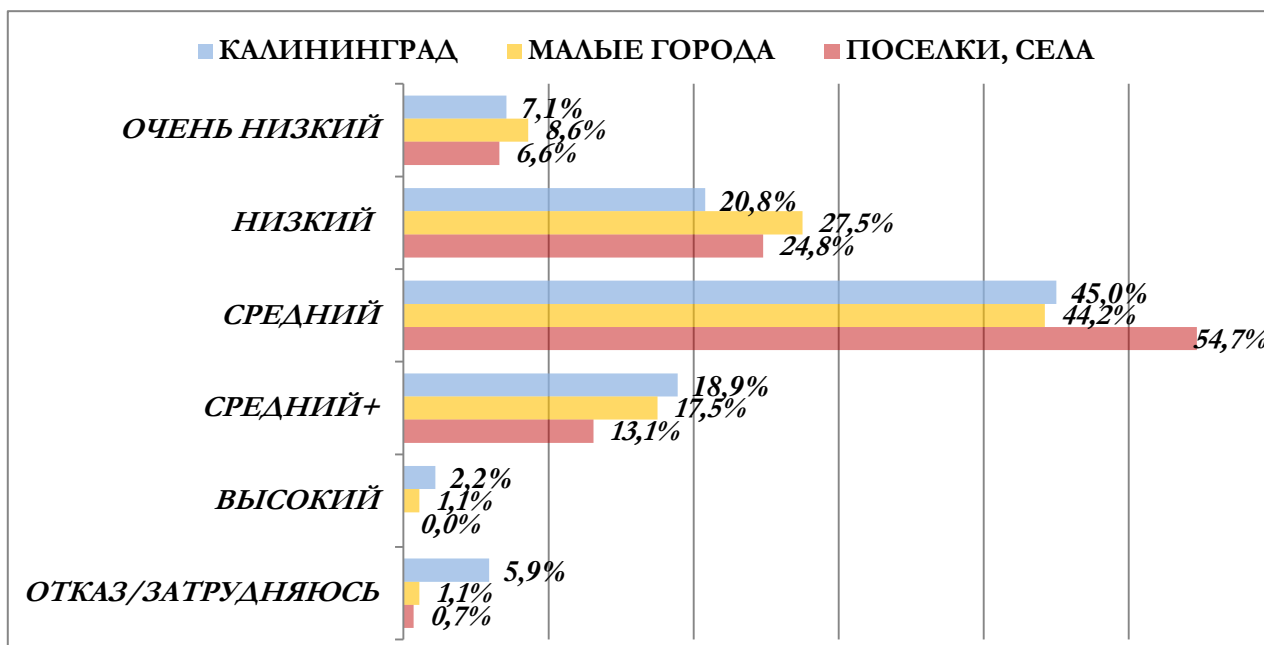
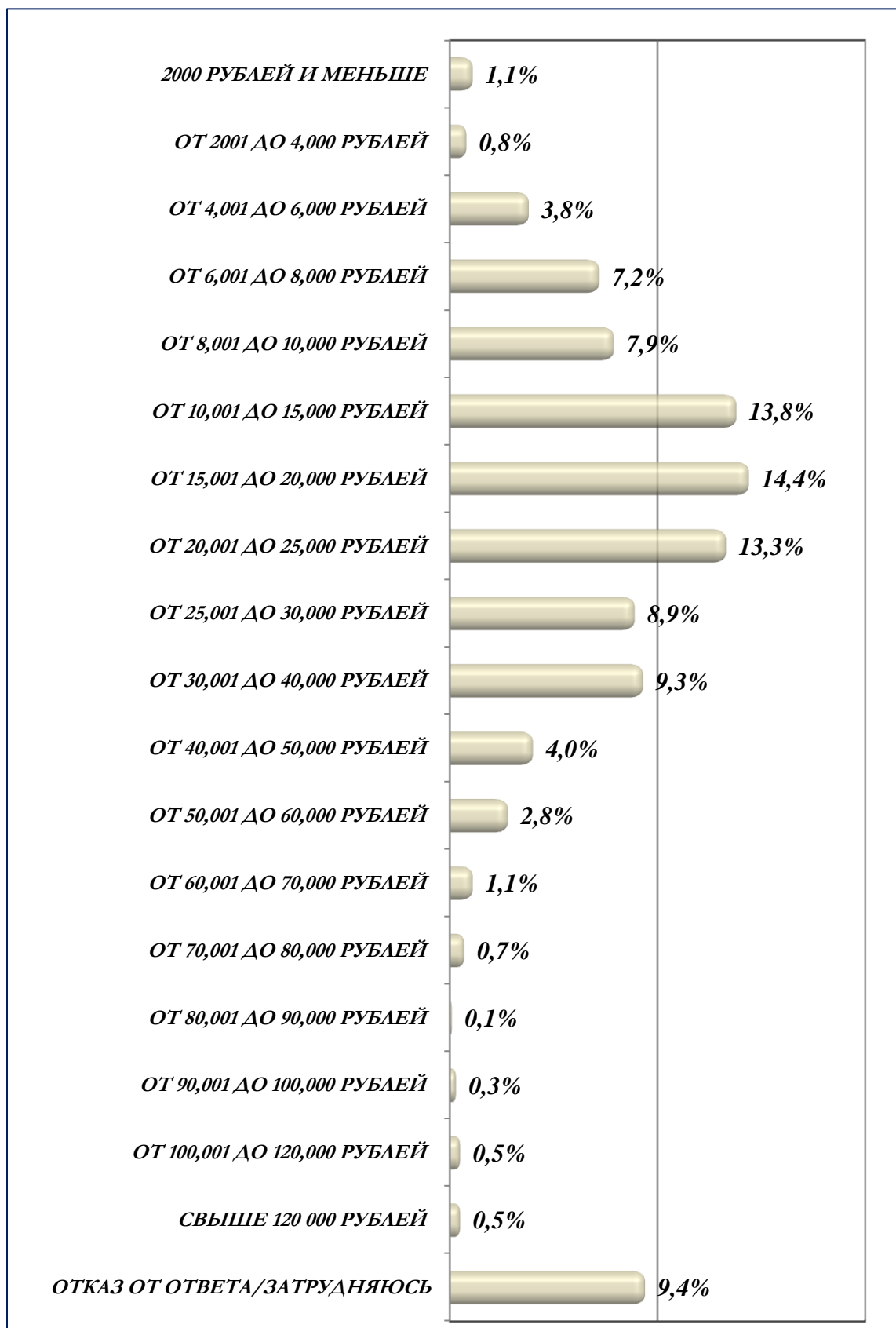




ГРАФИК 1.10

ОТМЕТЬТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, НА ПРЕДЛАГАЕМОЙ ШКАЛЕ, КАКИМ ПРИМЕРНО БЫЛ ДОХОД ВАШЕЙ СЕМЬИ В ПРОШЛОМ МЕСЯЦЕ? ОДИН ОТВЕТ



НА ГРАФИКЕ ПРИВОДИТСЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЩИХ ДАННЫХ ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ



**В ТАБЛИЦАХ 1.11 – 1.15 ПРЕДСТАВЛЕНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДОВ ЗА ПРОШЛЫЙ МЕСЯЦ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СОСТАВА СЕМЬИ**

**ТАБЛИЦА 1.11**  
**ЖИВУ ОДИН**

2000 РУБЛЕЙ И МЕНЬШЕ	5,1
ОТ 2001 ДО 4,000 РУБЛЕЙ	,9
ОТ 4,001 ДО 6,000 РУБЛЕЙ	9,4
ОТ 6,001 ДО 8,000 РУБЛЕЙ	18,8
ОТ 8,001 ДО 10,000 РУБЛЕЙ	17,1
ОТ 10,001 ДО 15,000 РУБЛЕЙ	21,4
ОТ 15,001 ДО 20,000 РУБЛЕЙ	9,4
ОТ 20,001 ДО 25,000 РУБЛЕЙ	6,8
ОТ 25,001 ДО 30,000 РУБЛЕЙ	,9
ОТ 30,001 ДО 40,000 РУБЛЕЙ	2,6
ОТ 100,001 ДО 120,000 РУБЛЕЙ	,9
Отказ от ответа/ затрудняюсь	6,8

**ТАБЛИЦА 1.12**  
**ДВА ЧЛЕНА СЕМЬИ**

2000 РУБЛЕЙ И МЕНЬШЕ	,4
ОТ 2001 ДО 4,000 РУБЛЕЙ	1,5
ОТ 4,001 ДО 6,000 РУБЛЕЙ	4,6
ОТ 6,001 ДО 8,000 РУБЛЕЙ	8,4
ОТ 8,001 ДО 10,000 РУБЛЕЙ	11,4
ОТ 10,001 ДО 15,000 РУБЛЕЙ	19,8
ОТ 15,001 ДО 20,000 РУБЛЕЙ	13,7
ОТ 20,001 ДО 25,000 РУБЛЕЙ	12,9
ОТ 25,001 ДО 30,000 РУБЛЕЙ	9,9
ОТ 30,001 ДО 40,000 РУБЛЕЙ	5,3
ОТ 40,001 ДО 50,000 РУБЛЕЙ	,8
ОТ 50,001 ДО 60,000 РУБЛЕЙ	2,3
ОТ 60,001 ДО 70,000 РУБЛЕЙ	,8
ОТ 80,001 ДО 90,000 РУБЛЕЙ	,4
ОТ 100,001 ДО 120,000 РУБЛЕЙ	,4
99	7,6



**ТАБЛИЦА 1.13**  
**ТРИ ЧЕЛОВЕКА**

2000 РУБЛЕЙ И МЕНЬШЕ	,4
ОТ 2001 ДО 4,000 РУБЛЕЙ	1,1
ОТ 4,001 ДО 6,000 РУБЛЕЙ	2,5
ОТ 6,001 ДО 8,000 РУБЛЕЙ	4,6
ОТ 8,001 ДО 10,000 РУБЛЕЙ	3,9
ОТ 10,001 ДО 15,000 РУБЛЕЙ	14,2
ОТ 15,001 ДО 20,000 РУБЛЕЙ	16,0
ОТ 20,001 ДО 25,000 РУБЛЕЙ	16,4
ОТ 25,001 ДО 30,000 РУБЛЕЙ	10,7
ОТ 30,001 ДО 40,000 РУБЛЕЙ	12,1
ОТ 40,001 ДО 50,000 РУБЛЕЙ	4,6
ОТ 50,001 ДО 60,000 РУБЛЕЙ	1,8
ОТ 60,001 ДО 70,000 РУБЛЕЙ	,7
ОТ 70,001 ДО 80,000 РУБЛЕЙ	,7
ОТ 90,001 ДО 100,000 РУБЛЕЙ	,4
ОТ 100,001 ДО 120,000 РУБЛЕЙ	,7
СВЫШЕ 120 000 РУБЛЕЙ	,4
99	8,9

**ТАБЛИЦА 1.14**  
**ЧЕТВЕРО ЧЛЕНОВ СЕМЬИ**

2000 РУБЛЕЙ И МЕНЬШЕ	1,3
ОТ 4,001 ДО 6,000 РУБЛЕЙ	2,7
ОТ 6,001 ДО 8,000 РУБЛЕЙ	4,0
ОТ 8,001 ДО 10,000 РУБЛЕЙ	4,4
ОТ 10,001 ДО 15,000 РУБЛЕЙ	7,1
ОТ 15,001 ДО 20,000 РУБЛЕЙ	16,0
ОТ 20,001 ДО 25,000 РУБЛЕЙ	12,9
ОТ 25,001 ДО 30,000 РУБЛЕЙ	10,7
ОТ 30,001 ДО 40,000 РУБЛЕЙ	13,8
ОТ 40,001 ДО 50,000 РУБЛЕЙ	6,2
ОТ 50,001 ДО 60,000 РУБЛЕЙ	5,3
ОТ 60,001 ДО 70,000 РУБЛЕЙ	1,8
ОТ 70,001 ДО 80,000 РУБЛЕЙ	1,8
ОТ 90,001 ДО 100,000 РУБЛЕЙ	,9
99	11,1



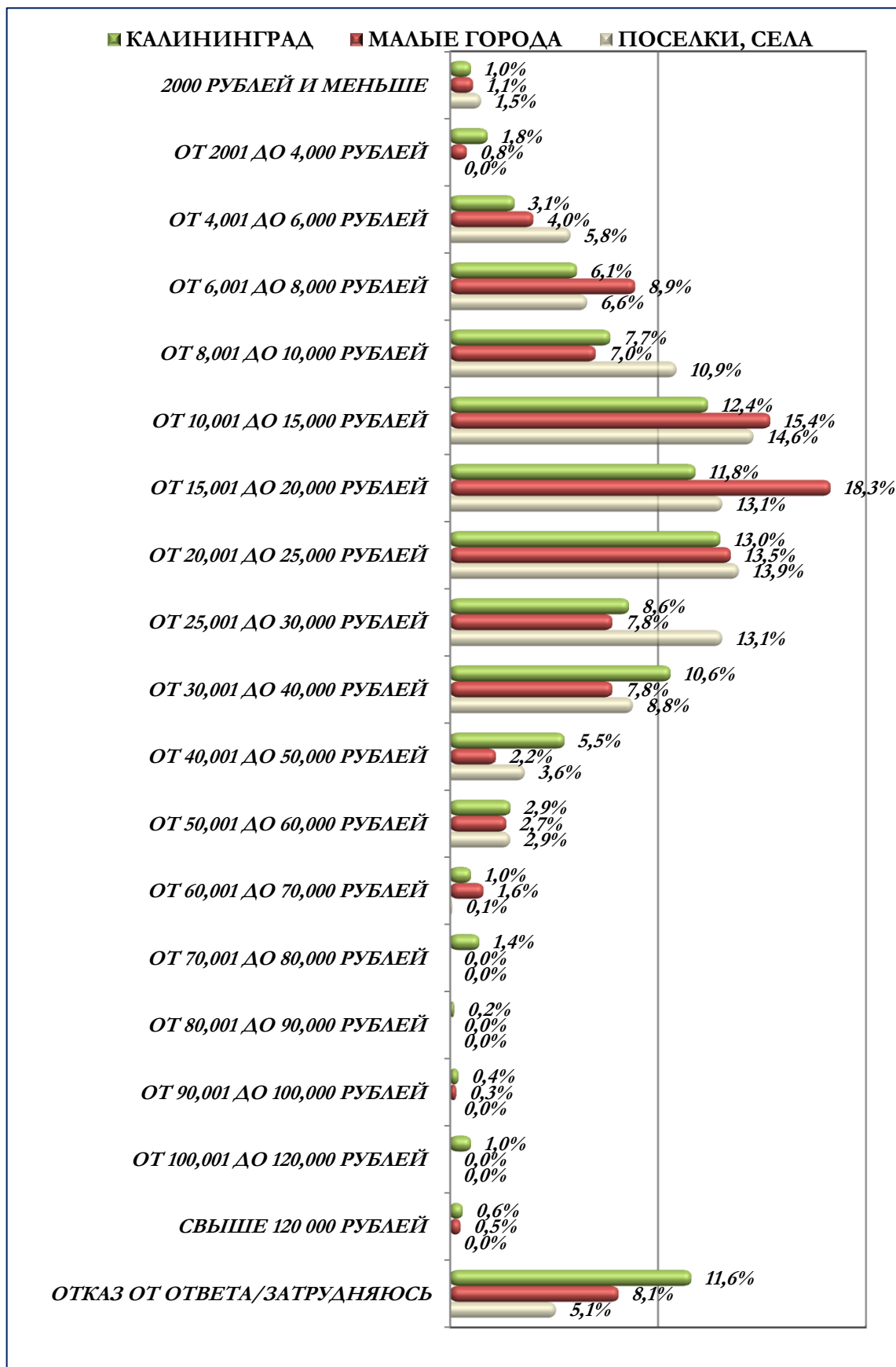
**ТАБЛИЦА 1.15**  
**ПЯТЬ И БОЛЕЕ ЧЛЕНОВ СЕМЬИ**

ОТ 4,001 ДО 6,000 РУБЛЕЙ	1,8
ОТ 6,001 ДО 8,000 РУБЛЕЙ	5,5
ОТ 8,001 ДО 10,000 РУБЛЕЙ	7,3
ОТ 10,001 ДО 15,000 РУБЛЕЙ	4,5
ОТ 15,001 ДО 20,000 РУБЛЕЙ	13,6
ОТ 20,001 ДО 25,000 РУБЛЕЙ	14,5
ОТ 25,001 ДО 30,000 РУБЛЕЙ	7,3
ОТ 30,001 ДО 40,000 РУБЛЕЙ	9,1
ОТ 40,001 ДО 50,000 РУБЛЕЙ	10,0
ОТ 50,001 ДО 60,000 РУБЛЕЙ	4,5
ОТ 60,001 ДО 70,000 РУБЛЕЙ	2,7
ОТ 70,001 ДО 80,000 РУБЛЕЙ	,9
ОТ 100,001 ДО 120,000 РУБЛЕЙ	,9
СВЫШЕ 120 000 РУБЛЕЙ	3,6
99	13,6



ГРАФИК 1.16

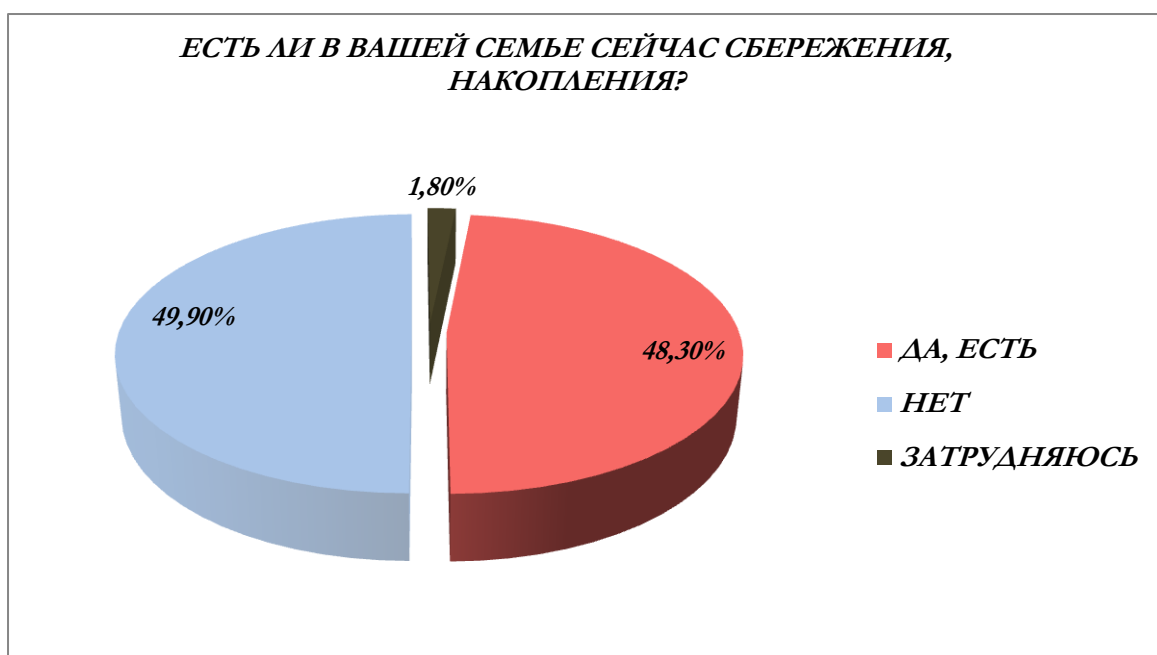
## ДОХОД СЕМЬИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ



Три контрольных вопроса подтвердили предварительные данные о количестве жителей (более 40%), имеющих накопления. Эта аудитория будет заинтересована в запуске Программы, её локомотивом. К сожалению, половина населения никак не будет вовлечена в процесс обучения финансовой грамотности ввиду отсутствия собственно финансов. В Калининграде сбережения делают 53,2% населения, в малых городах и поселках таких жителей почти на 10% меньше.

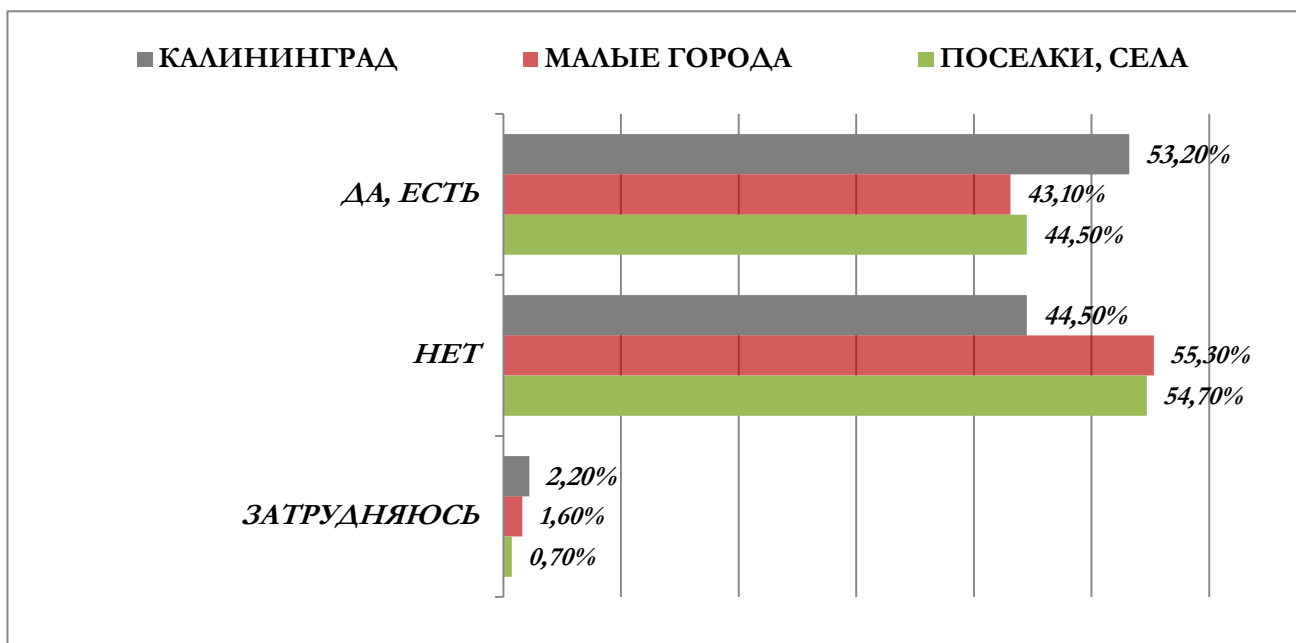
**ГРАФИК 1.17.**

***СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ЕСТЬ ЛИ В ВАШЕЙ СЕМЬЕ СЕЙЧАС СБЕРЕЖЕНИЯ, НАКОПЛЕНИЯ? ПОД СБЕРЕЖЕНИЯМИ МЫ ПОНИМАЕМ ВКЛАДЫ В БАНКАХ, НАКОПИТЕЛЬНЫЕ СТРАХОВЫЕ ПОЛИСЫ, АКЦИИ, НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ И ПР., КОТОРЫЕ ВЫ ОТКЛАДЫВАЕТЕ (НЕ ТРАТИТЕ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ)***



***НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ДАННЫЕ ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ***



**ГРАФИК 1.17А****РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ**

**НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ**

Рассмотрим кто составляет основу этой группы. Сбережения делают 50,4% мужчин и 44,6% женщин. Более половины молодого населения региона ответили, что делают сбережения. Данные подробно будут рассмотрены в части 4.1. отчета. Меньше всего делают сбережения жители 39 – 46 и 47-55 лет. В нашем исследовании многие вопросы показывают, что именно в этом возрасте живут сложнее, скромнее. Средний и зрелый возраст заботится и о своих детях, и поддерживает пожилых родителей. К тому же после 40 лет сложнее найти работу, выбирать условия заработка и пр. среди населения от 56 лет и старше сбережения есть у 45,1%. Можно предположить, что с точки зрения социального статуса наиболее перспективными группами для восприятия Программы будут работники бюджетной сферы, государственные и муниципальные служащие, предприниматели, наемные работники частных компаний «белые воротнички», студенты, учащиеся, работающие пенсионеры. В этих статусных группах доля тех, кто делает сбережения, составляет более 50%.



<i>КАТЕГОРИЯ</i>	<i>ГРУППА</i>	<i>ДОЛЯ РЕСПОНДЕНТОВ, ДЕЛАЮЩИХ СБЕРЕЖЕНИЯ В СОСТАВЕ КАЖДОЙ ГРУППЫ. (КАЖДАЯ ГРУППА ПРИНИМАЛАСЬ ЗА 100%)</i>
<i>ПОЛ</i>	<i>МУЖЧИНЫ</i>	<i>50,4</i>
	<i>ЖЕНЩИНЫ</i>	<i>44,6</i>
<i>ВОЗРАСТ</i>	<i>14-17 ЛЕТ</i>	<i>63,4</i>
	<i>18-26 ЛЕТ</i>	<i>53,3</i>
	<i>27-38 ЛЕТ</i>	<i>47,5</i>
	<i>39-46 ЛЕТ</i>	<i>43,4</i>
	<i>47-55 ЛЕТ</i>	<i>41,8</i>
	<i>56 ЛЕТ И СТАРШЕ</i>	<i>45,1</i>
<i>СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС РЕСПОНДЕНТА</i>	<i>РАБОТНИК БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЫ</i>	<i>52,7</i>
	<i>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ/МУНИЦИПАЛЬНЫЙ СЛУЖАЩИЙ</i>	<i>52,3</i>
	<i>РАБОЧИЙ</i>	<i>40,2</i>
	<i>ВОЕННОСЛУЖАЩИЙ, РАБОТНИК ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ</i>	<i>42,3</i>
	<i>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ</i>	<i>54,5</i>
	<i>НАЕМНЫЙ РАБОТНИК В ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ – РУКОВОДЯЩЕЕ ЗВЕНО, ОФИСНЫЙ СЛУЖАЩИЙ</i>	<i>56,3</i>
	<i>НАЕМНЫЙ РАБОТНИК ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ – СФЕРА УСЛУГ</i>	<i>44,1</i>
	<i>СТУДЕНТ, УЧАЩИЙСЯ</i>	<i>62,0</i>
	<i>ПЕНСИОНЕР</i>	<i>39,0</i>
	<i>РАБОТАЮЩИЙ ПЕНСИОНЕР</i>	<i>64,7</i>
	<i>РАБОТНИК СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА</i>	<i>50,0</i>
	<i>ДОМАШНЯЯ ХОЗЯЙКА</i>	<i>46,3</i>
	<i>ВРЕМЕННО БЕЗРАБОТНЫЙ (ИЩУ РАБОТУ)</i>	<i>29,8</i>
	<i>ВРЕМЕННО БЕЗРАБОТНЫЙ (НЕ ИЩУ РАБОТУ)</i>	<i>45,5</i>
<i>ДРУГОЕ</i>	<i>57,1</i>	





Основная причина, по которой сбережения не делаются – это собственно отсутствие свободных денег. Предвзятого отношения в обществе в финансовым институтам очень немного – 4,9% респондентов отметили, что тратят все деньги, так как считают финансовую систему ненадежной. Около 3% также считают, что сейчас лучше тратить, чем копить. 81,9% жителей Калининградской области, не делающих сбережения, ответили, что денег просто нет.

СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС МЫ ЗАДАВАЛИ ТОЛЬКО ТЕМ РЕСПОНДЕНТАМ, У КОГО НЕТ СБЕРЕЖЕНИЙ, НАКОПЛЕНИЙ

**ГРАФИК 1.18.**

**СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ПОЧЕМУ ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) НЕ ДЕЛАЕТЕ СБЕРЕЖЕНИЙ<sup>4</sup>?**



**НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ОТВЕТОВ ЧАСТИ РЕСПОНДЕНТОВ, КТО НЕ ДЕЛАЕТ СЕЙЧАС СБЕРЕЖЕНИЙ, НАКОПЛЕНИЙ**

<sup>4</sup> В КАРТОЧКЕ РЕСПОНДЕНТАМ ПРЕДЛАГАЛОСЬ ВЫБРАТЬ ГЛАВНУЮ ПРИЧИНУ, ПОЧЕМУ НЕ ДЕЛАЕТСЯ СБЕРЕЖЕНИЙ. В КАРТОЧКЕ, КОТОРАЯ ПРЕДЛАГАЛАСЬ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ОПРОСА, В ЧИСЛЕ ДРУГИХ БЫЛ ПРЕДУСМОТРЕН ВАРИАНТ ОТВЕТА: «У МЕНЯ НЕ ХВАТАЕТ СОБРАННОСТИ И САМОДИСЦИПЛИНЫ, ЧТОБЫ КОПИТЬ». ОДНАКО НИКТО ИЗ РЕСПОНДЕНТОВ НЕ НАЗВАЛ ЭТОТ КРИТЕРИЙ КАК ГЛАВНУЮ ПРИЧИНУ ОТСУТСТВИЯ НАКОПЛЕНИЙ.



Половина жителей области сконцентрировалась на двух вариантах ответов. Одна группа (с большой долей вероятности малоимущие) считают, что сбережениями можно назвать суммы до 10.000 рублей. Следующий пик ответов – это 100.000 рублей. Это мировоззрение большей половины опрошенных. Другими словами более 75% жителей считают минимальной суммой сбережений предел в 100.000 рублей.

**ГРАФИК 1.19**

**СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКУЮ МИНИМАЛЬНУЮ СУММУ ДЕНЕГ МОЖНО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НАЗВАТЬ СБЕРЕЖЕНИЯМИ? (ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС)**



*НА ГРАФИКЕ ПРИВОДИТСЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ НА ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС. РЕСПОНДЕНТ НАЗЫВАЛ СУММУ САМОСТОЯТЕЛЬНО, ДАННЫЕ БЫЛИ СИСТЕМАТИЗИРОВАНЫ И РАЗБИТЫ ПО ГРУППАМ.*

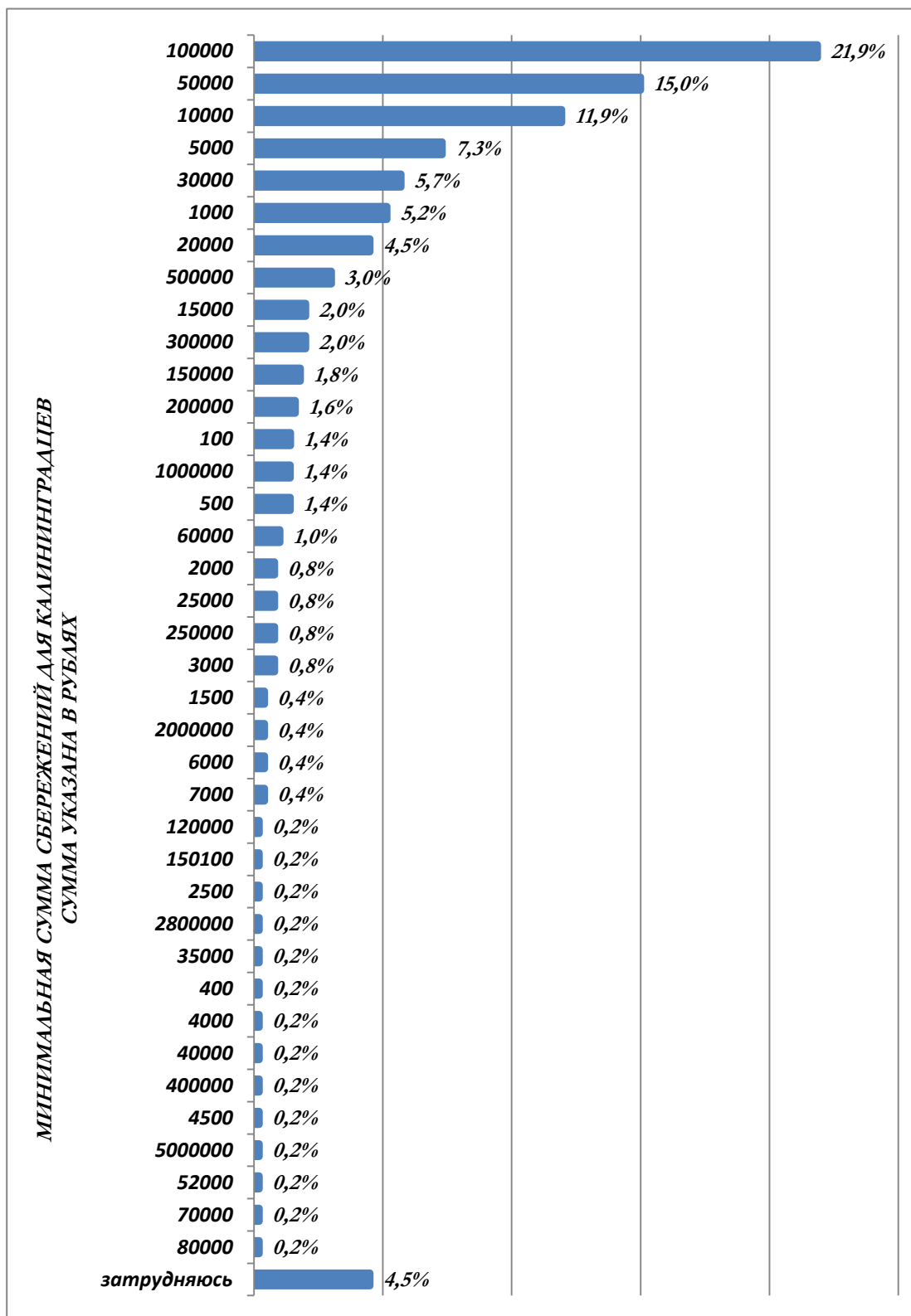
На следующих графиках мы приводим распределение данных по месту проживания респондентов. Каждый пятый калининградец считает минимальным 100000 рублей.

45,8% жителей областного центра имеют самые скромные запросы – для них минимальная сумма сбережений составляет от 100 до 10000 рублей. Крупные суммы сбережений от 300 000 до 3000000 рублей назвали 8,4% жителей Калининграда.



ГРАФИК 1.20

## МИНИМАЛЬНАЯ СУММА СБЕРЕЖЕНИЙ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ КАЛИНИНГРАДА



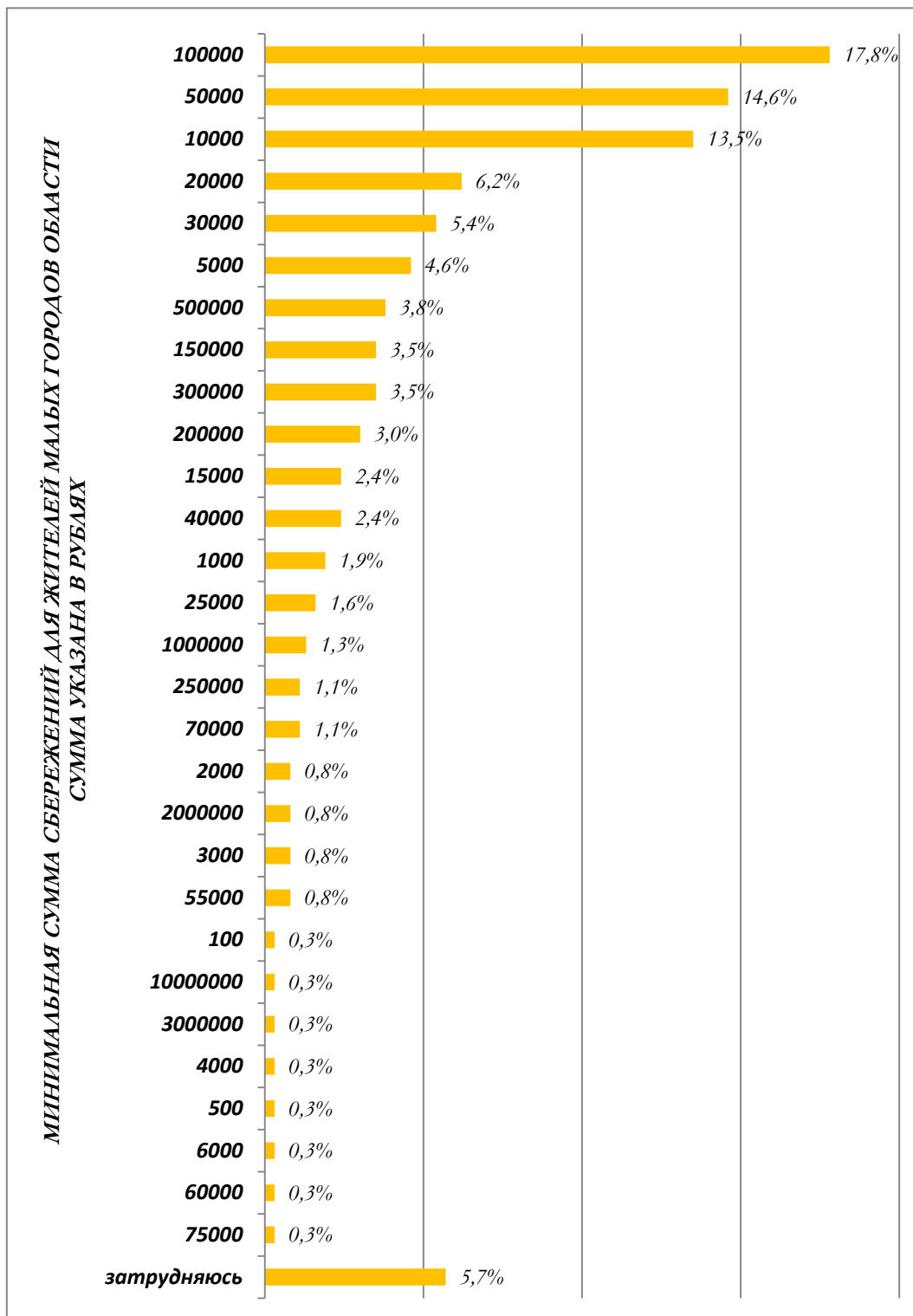
В малых городах 100000 рублей назвали почти каждый шестой респондент – 17,8%. Еще 14,6% считают минимальной суммой 50000 рублей. Чуть более чем



каждый пятый житель области отметил сумму от 100 до 10000 рублей. А вот крупные суммы от 300000 до 3000000 назвали в малых городах больше, чем в областном центре – 9,7%.

**ГРАФИК 1.21**

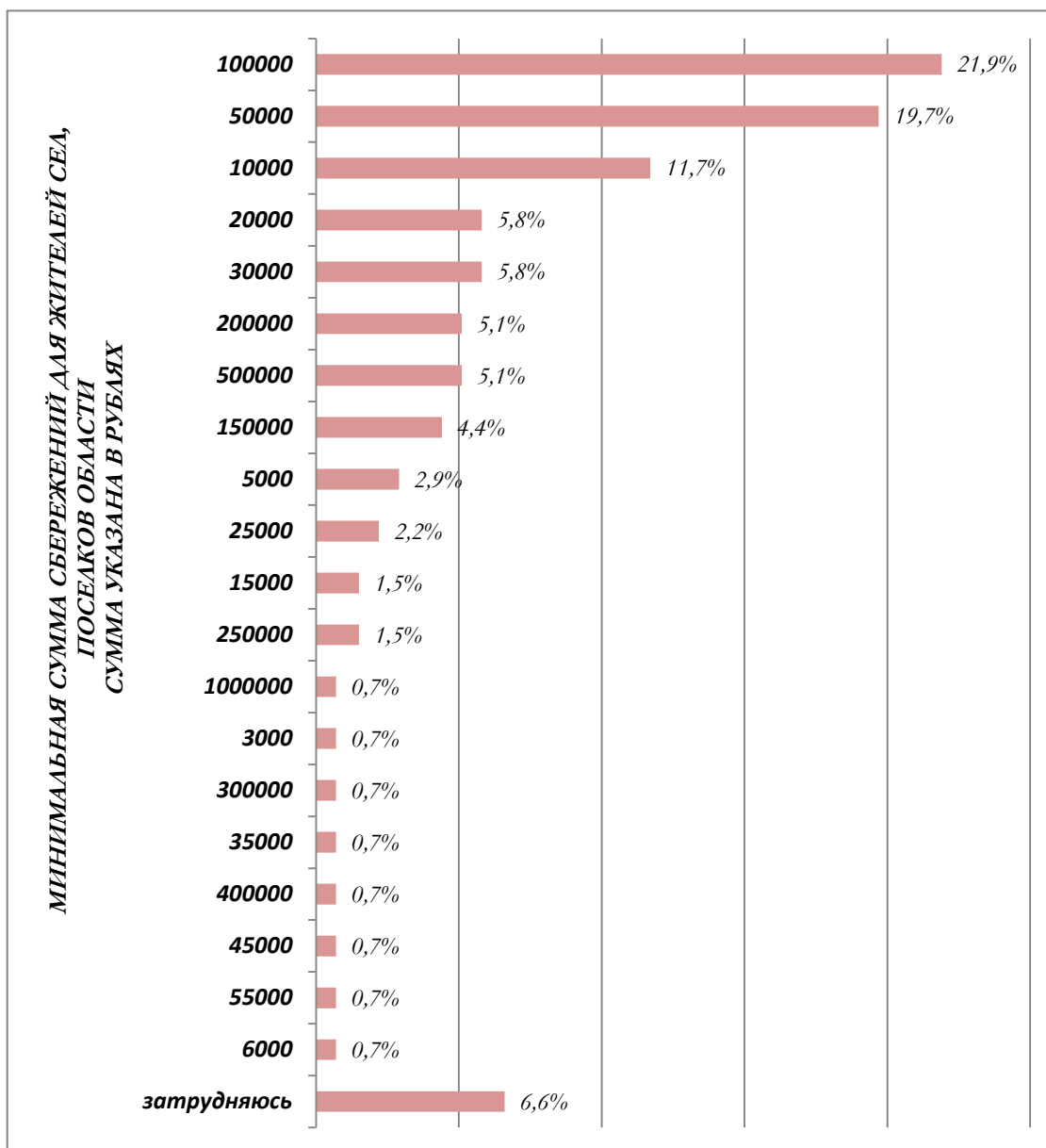
**МИНИМАЛЬНАЯ СУММА СБЕРЕЖЕНИЙ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ МАЛЫХ ГОРОДОВ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**



42,3% жителей сел и поселков считают минимальным сбережением сумму от 50000 до 100000 рублей. Еще 13,1% назвали 20000-30000 рублей. Интересно, что в селах и поселках значительно меньше тех, кто называет нижний порог сбережений от 100 до 10000 рублей – 13,1%. Напомним, что в Калининграде такие скромные запросы продемонстрировали более 45% жителей.

**ГРАФИК 1.22**

**МИНИМАЛЬНАЯ СУММА СБЕРЕЖЕНИЙ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ СЕЛ, ПОСЕЛКОВ ОБЛАСТИ**



В наших прошлых исследованиях мы неоднократно делали акцент на том, что по сравнению со «среднестатистическим» россиянином, калининградцы более информированы о финансовых услугах, состоянии рынка, избирательнее или, так скажем, критичнее подходят к банковским продуктам. Отличительной особенностью калининградцев является и то, что они больше доверяют наличному хранению денежных средств в рублях и иностранной валюте, а также вложению их в недвижимость. Такая тенденция отмечается с середины 2007 года.

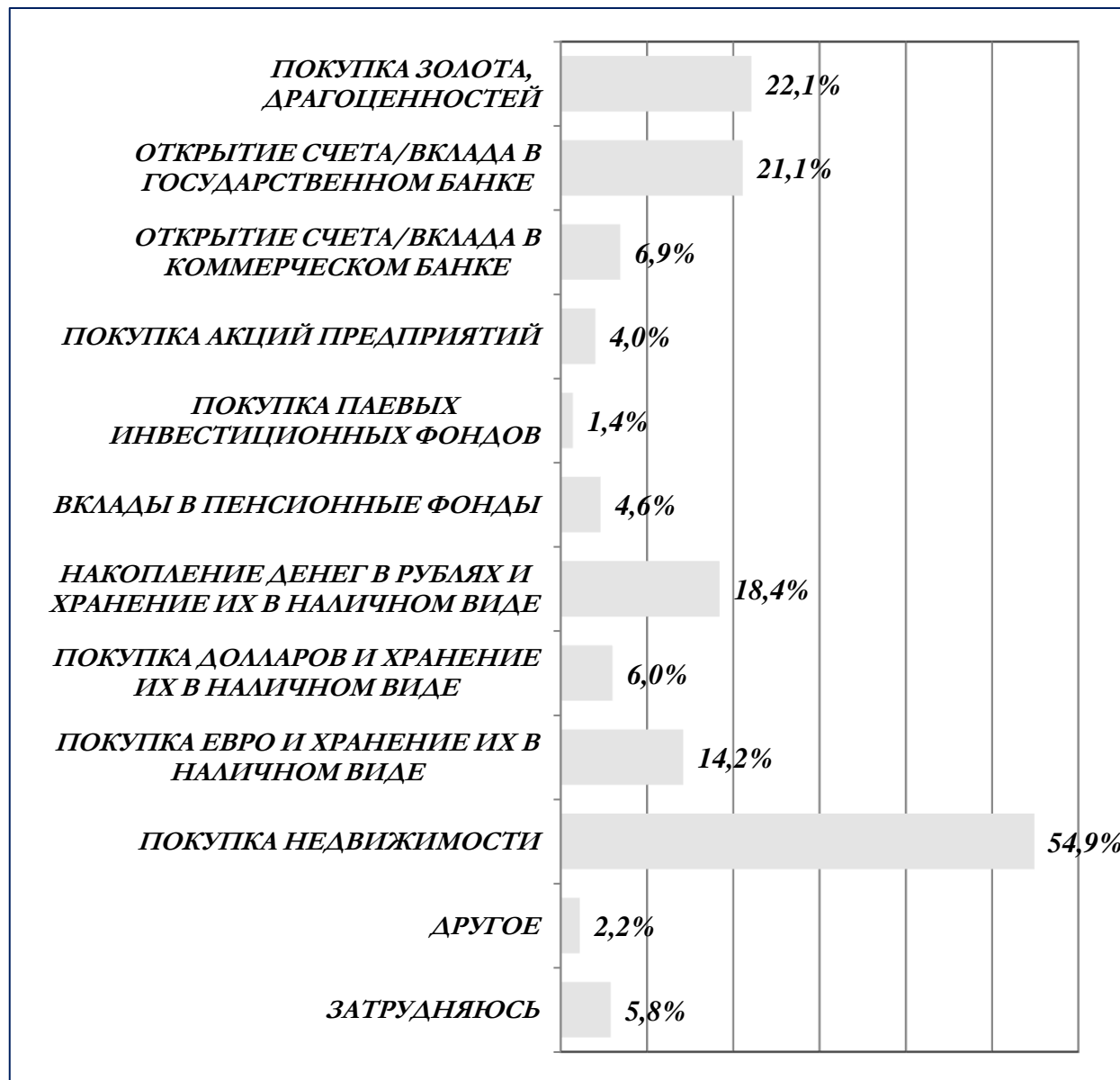
Жители Калининграда и области достаточно консервативны в планировании своих сбережений. В период финансовой нестабильности они предпочли бы классические виды хранения денег (золото, недвижимость и т.д.). При этом степень доверия к относительно новым инструментам, таким как акции, вклады в фонды и т.д. очень невелика. Отметим достаточно высокий процент доверия к государственным банкам на фоне других инструментов. Из числа тех, кто делает сбережения, государственным банкам доверяют 26,7%. Соответственно у людей, не делающих сбережения, процент доверия им на порядок ниже – 16,3%. 38,6% считают более надежным хранение наличной валюты (рубли, доллары, евро), тогда как вкладам в банках доверяют 28% жителей региона. Бесспорный лидер доверия с точки зрения вложения средств – это приобретение недвижимости – этот способ назвали 54,9% населения.



Мы задавали этот вопрос по карточке с вариантами ответов. Респондентам предлагалось назвать не более трех видов сбережений и накоплений денежных средств, которым они наиболее доверяют.

**ГРАФИК 1.23**

**КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ НИЖЕ СПОСОБОВ ВЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ВАМ НАИБОЛЕЕ НАДЕЖНЫМИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?  
КАРТОЧКА 1, ЗАПИСАТЬ НЕ БОЛЕЕ ТРЕХ ВАРИАНТОВ ОТВЕТА**

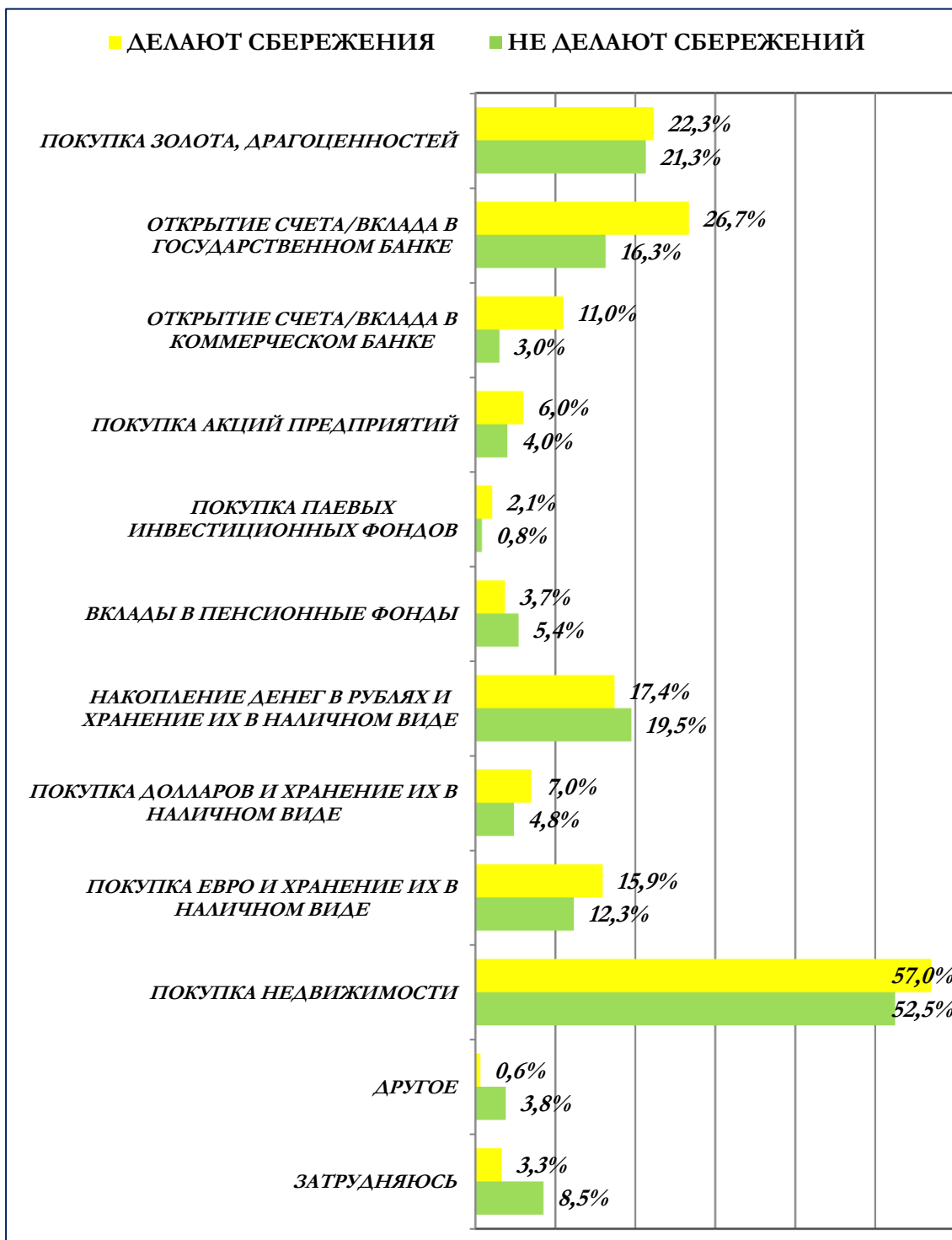


НА ГРАФИКЕ ПРИВОДИТСЯ КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС



ГРАФИК 1.24.

ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ВАМ НАИБОЛЕЕ НАДЕЖНЫМИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?



НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ РЕСПОНДЕНТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС – ДАННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ НАЛИЧИЯ СБЕРЕЖЕНИЙ





Достаточно интересные данные при распределении «свободных» денег. Мы получили достаточно пестрое распределение ответов, из характера которых можно судить и о потребностях жителей и о степени доверия к финансовым институтам и инструментам.

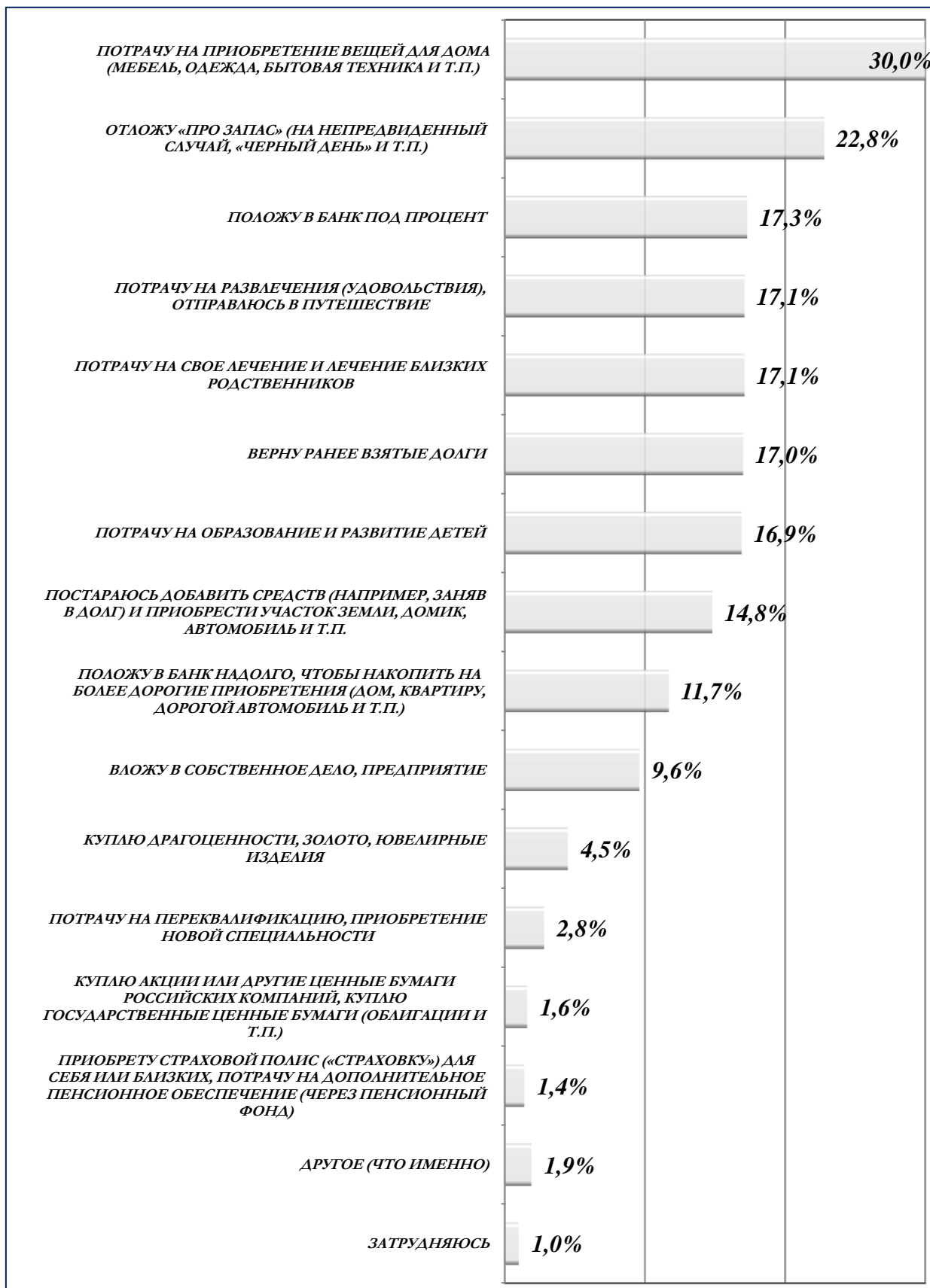
Данные нашего исследования позволяют сделать вывод, что население Калининградской области, на сегодняшний день, довольно осторожно относится к банкам. Сложившаяся тенденция имеет свои объяснения. С одной стороны психологическое влияние оказывают события мирового финансового рынка - «кредитный кризис» в США, слухи об очередной возможной волне банковского кризиса. Однако, не смотря на то, что доверие финансовым институтам относительно низкое, можно говорить о потенциале его роста, за счет стабилизации экономики в целом и внедрения эффективных технологий позиционирования. После падения популярности банковских вкладов и резкого сокращения востребованности кредитных продуктов конца 2008 – 2009 года, ситуация постепенно стабилизируется. Пока еще имеют медленные темпы роста такие финансовые инструменты как ПИФы, акции, ценные бумаги. Однако потенциал развития банковского розничного сектора очевиден, так как основу потенциальных клиентов составляет молодежь 17-26 лет. Вопрос остается в разработке и действии Программы, направленной преимущественно на эту группу населения. В силу интенсивного развития финансовых институтов не стоит забывать о существующих, реальных клиентах. Эти клиенты принимают решение иначе, в большей степени основываясь на собственном опыте. Для них важно, чтобы услуга соответствовала их ожиданиям. Стоит отметить, что эта целевая группа является наиболее сложной для воздействия, так как имеет большой опыт и является наиболее «искушенной».

Все возможные способы сбережений можно условно подразделить на четыре группы - работа с финансовыми инструментами, личное потребление, распоряжение финансами без привлечения финансовых институтов (накопления, инвестиции и пр.), инвестиции в будущее. Выводы о распределении свободных средств приводятся в последней части отчета.



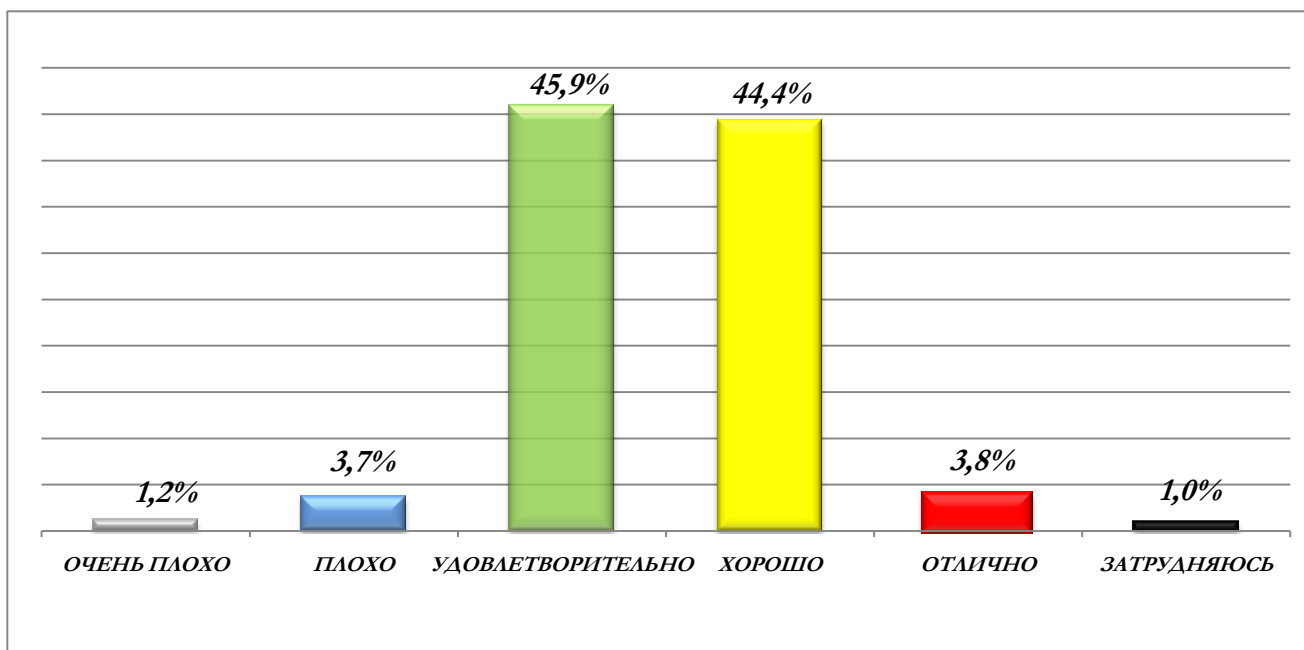
ГРАФИК 1.25

**ПРЕДПОЛОЖИМ, ЧТО ДОПОЛНИТЕЛЬНО К СВОЕМУ ОБЫЧНОМУ ДОХОДУ ВЫ ПОЛУЧИЛИ ДЕНЕЖНУЮ СУММУ В РАЗМЕРЕ 100 ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ. КАК ВЫ, СКОРЕЕ ВСЕГО, РАСПОРЯДИТЕСЬ ЭТИМИ ДЕНЬГАМИ? КАРТОЧКА 2. ДО 3 ВАРИАНТОВ ОТВЕТА**



**ГРАФИК 1.26**

**КАК ВЫ САМИ ОЦЕНИВАЕТЕ ТО, КАК ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) УПРАВЛЯЕТЕ ТЕМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ, КОТОРЫЕ ЕСТЬ В ВАШЕМ РАСПОРЯЖЕНИИ?**



**НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ**

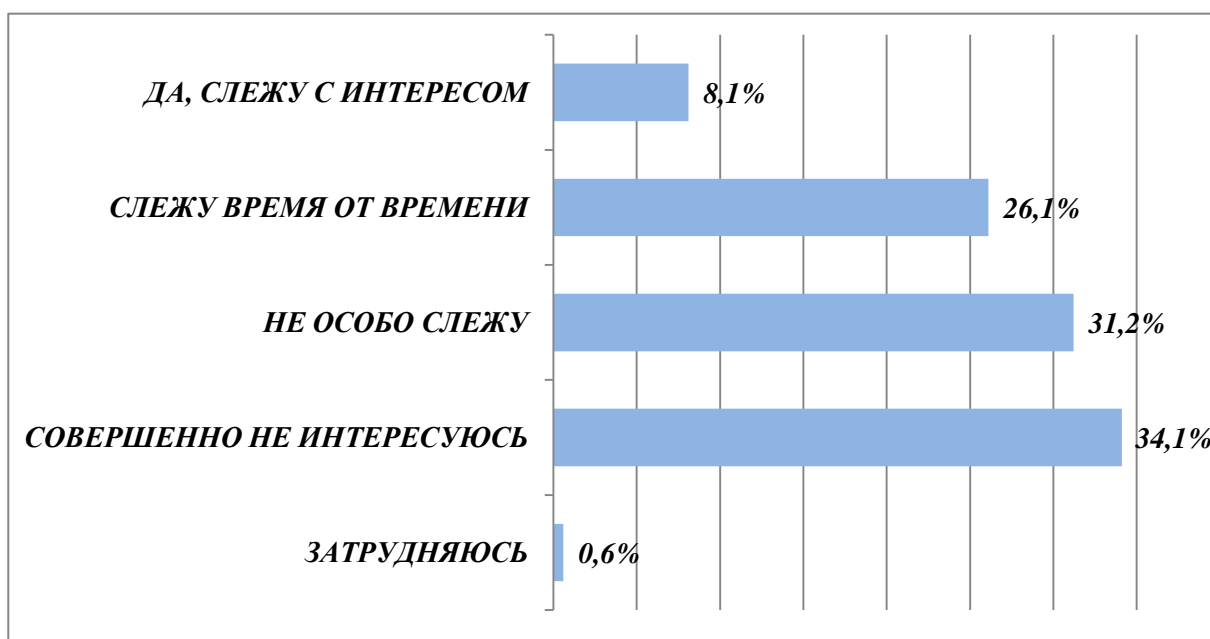


**ЧАСТЬ 2****УРОВЕНЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ДО НАЧАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ- ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ В ВОПРОСАХ БАНКОВСКОГО И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ, ПЛАНИРОВАНИЕ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ПОНИМАНИЕ ВОПРОСОВ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ. ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ.**

Несмотря на то, что планированием личного бюджета занимается большинство опрошенных респондентов, самими финансовыми институтами и инструментами, а также событиями в мире финансов интересуется относительно малое количество граждан. Активный интерес проявляет треть опрошенных горожан, пассивный - каждый второй. К числу первых преимущественно относятся люди активного трудового возраста, а также население со средним уровнем дохода. В числе комментариев часто звучало мнение о том, что людям не хватает прямой и доступной информации, касающейся работы финансовых институтов. Сейчас информация - один из наиболее важных аспектов для построения дальнейших взаимоотношений финансовых учреждений – банков, страховых компаний с населением. Горожане откладывают деньги (около 48% опрошенных), однако доверие к банковским и страховым продуктам достаточно низкое. При этом одним из факторов, который оказывает влияние на это, является именно дефицит достоверной информации на уровне рядовых потребителей.

**ГРАФИК 2.1.**

**СКАЖИТЕ, ВЫ СЛЕДИТЕ ЗА СОБЫТИЯМИ В ФИНАНСОВОЙ, БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ?**  
(ОДИН ОТВЕТ)



Треть жителей региона сейчас вообще не пользуются финансовыми инструментами. Эти показатели варьируются в зависимости от статуса, доходов опрашиваемых лиц, но, в основном, не превышают приведенные цифры.

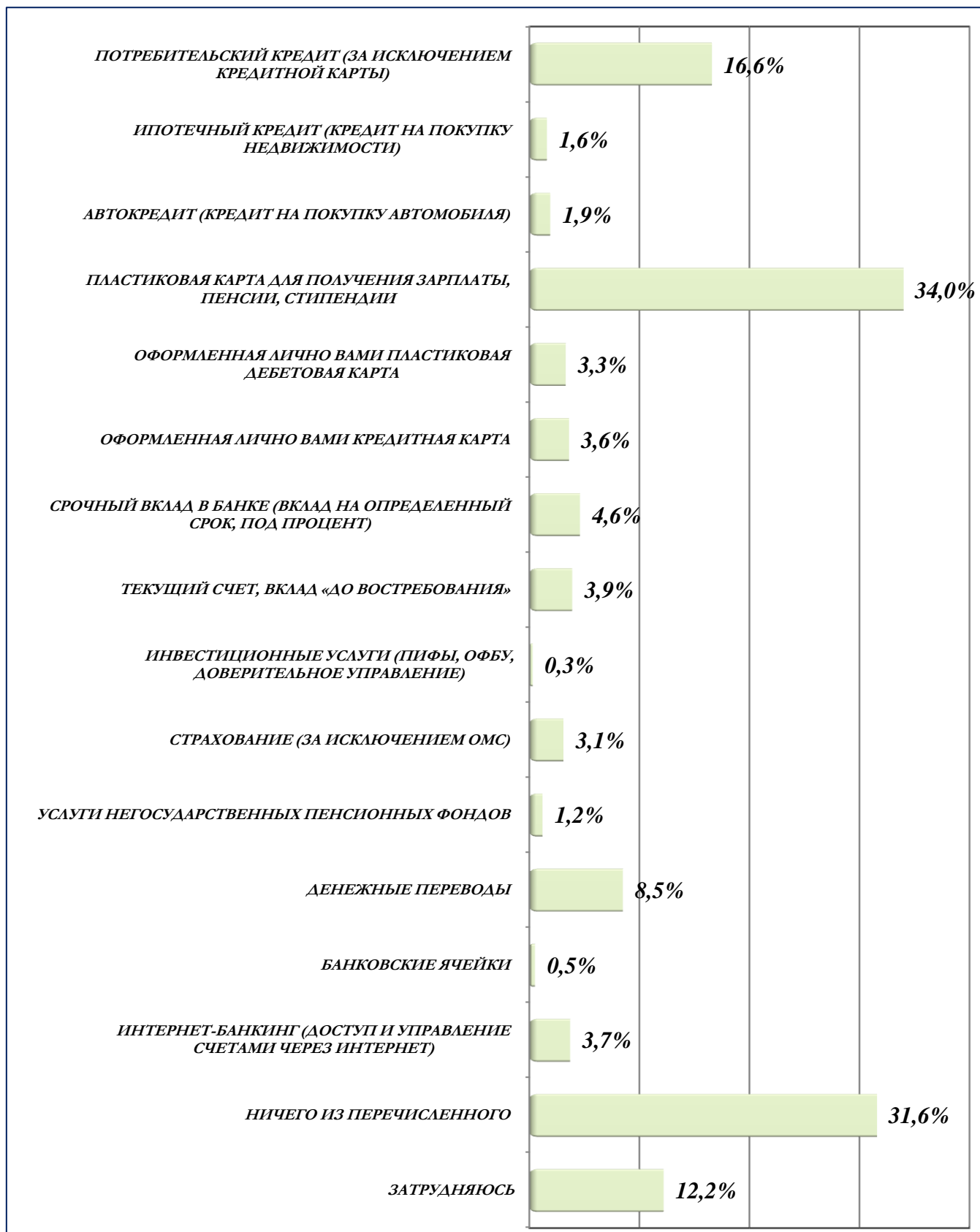
Самый популярный банковский продукт на сегодня – зарплатные карты. Шестая часть населения пользуется потребительскими кредитами. Денежные переводы популярны у 8,5%. Остальные финансовые услуги находятся на уровне 3-4%.

Потенциал развития в ближайшие полгода есть у таких услуг как ипотека и кредит на приобретение автомобиля. Продолжает расти востребованность потребительских кредитов, тем более, что расширяется и спектр условий их предоставления, и возрастные рамки. В 2007 году нами было отмечено, что потребительский кредит хотели бы взять около 20% жителей пожилого возраста, однако некоторое время назад кредитные услуги для пенсионеров были почти недоступны.

Из свободных комментариев респондентов при ответе на этот вопрос важно отметить, что среди тех, кто не пользуется никакими финансовыми инструментами, превалирует точка зрения, что банки, например, работают только для богатых клиентов. Для этих калининградцев данный аргумент играет решающее значение при отказе от банковских услуг. Также неким «отпугивающим» фактором является то, что для финансовых институтов, услуги банков сложны и непонятны. В большей степени к таким продуктам относятся относительно новые финансовые инструменты – ПИФы, акции, ценные бумаги, услуги страхования. Психологически люди боятся всего нового. Развитие информационного поля позволит сориентировать жителей в новых услугах и продуктах, показать все «плюсы» и «минусы» использования.



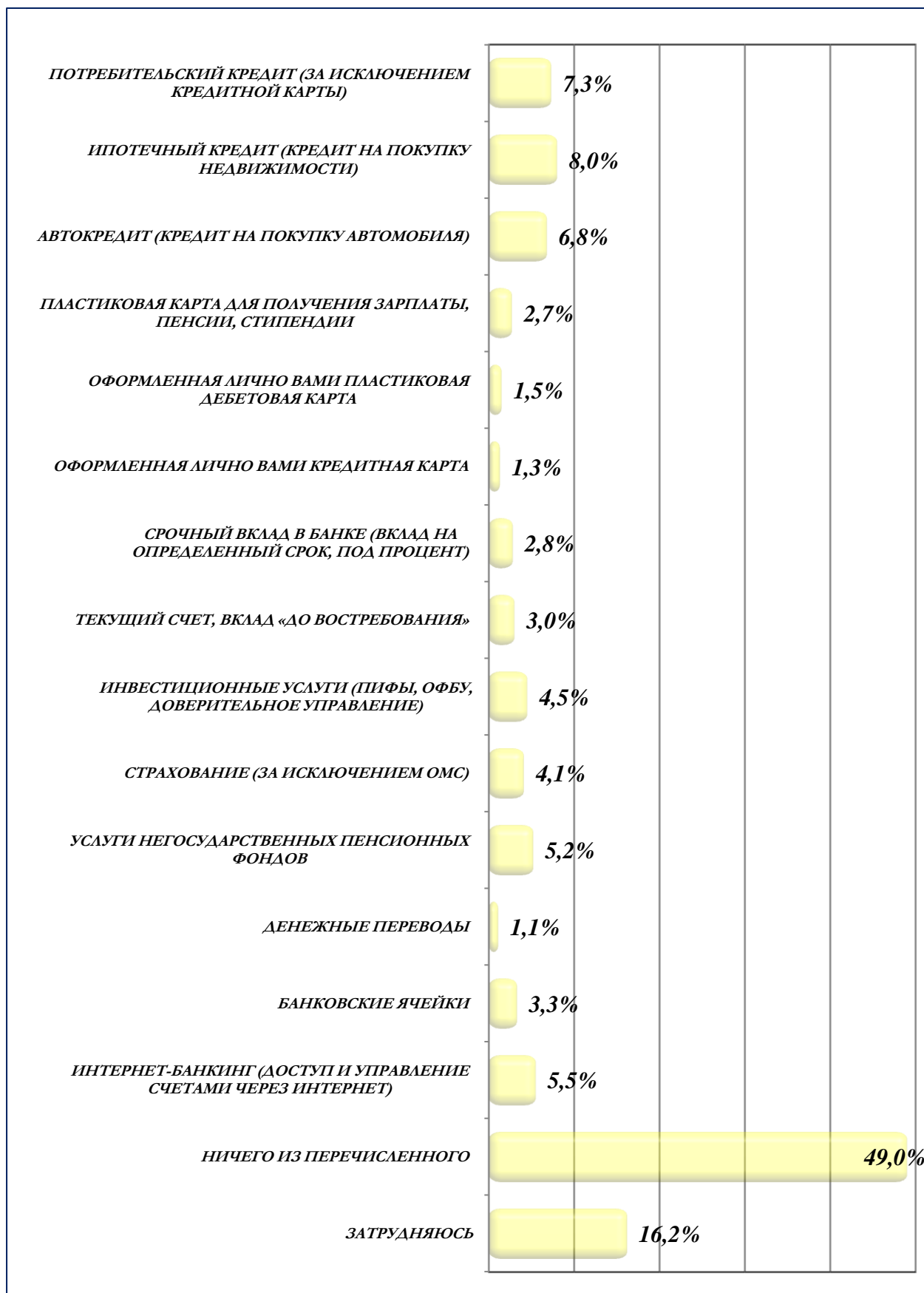
**ГРАФИК 2.2. СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ВЫ ЛИЧНО ПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ ДВУХ МЕСЯЦЕВ? КАРТОЧКА 3. ЗАПИСАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ**



НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС



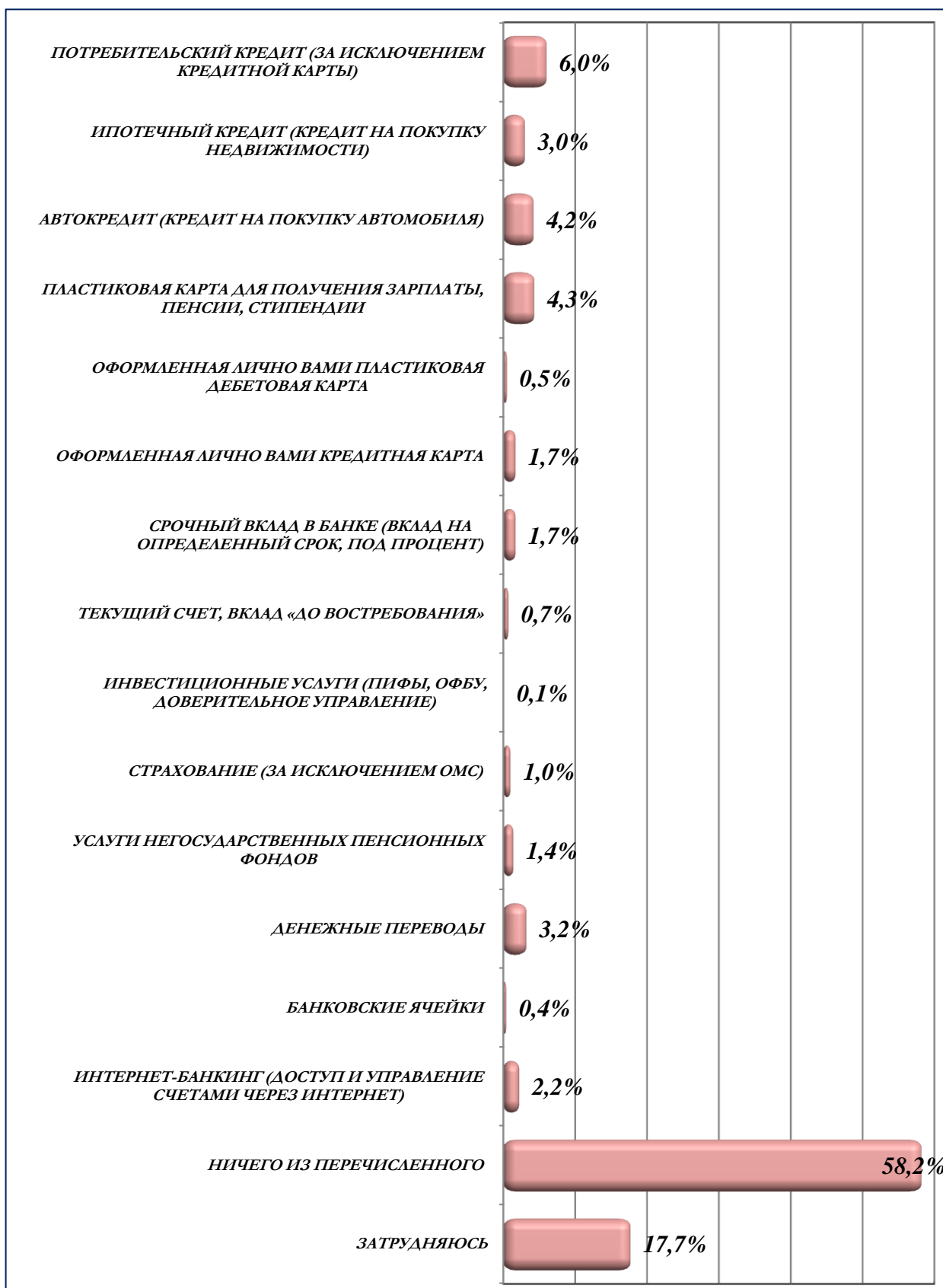
**ГРАФИК 2.3. О КАКИХ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ВЫ БЫ ХОТЕЛИ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ? (КАРТОЧКАЗ, ЗАПИСАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ)**



НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС



**ГРАФИК 2.4. КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ УСЛУГ ВЫ СЕЙЧАС НЕ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ, НО ПЛАНИРУЕТЕ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ В БЛИЖАЙШИЕ ШЕСТЬ МЕСЯЦЕВ? (КАРТОЧКАЗ, ЗАПИСАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ)**



НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС





Следующий вопрос очень важен для нас с точки зрения критерия эффективности реализации Программы, так как одним из показателей является потенциал пользования кредитными продуктами. До начала ее реализации в Калининградской области доля тех, кто готов пользоваться кредитами, составляет 24,2%. Почти половина жителей региона – 48% предпочитают накопить и использовать собственные средства. 18,3% предпочитают в качестве заемных средств средства родственников, друзей. Наиболее открыты к пользованию кредитами молодые люди 18 – 26 лет. Более четверти граждан 39-55 лет также предпочтут обратиться в кредитную организацию, банк. Это важно, так как именно в этих возрастных группах на сегодня меньше всего сбережений, люди тратят все имеющиеся средства на жизнь. Можно предположить, что посильный кредит в этом случае смог бы помочь решению финансовых проблем и удовлетворению личных нужд граждан.

**ГРАФИК 2.5.**

**ПРЕДПОЛОЖИМ, ВАМ ПРЕДСТОЯТ КРУПНЫЕ МАТЕРИАЛЬНЫЕ ТРАТЫ. ЧТО ВЫ ВЫБЕРЕТЕ? (ОДИН ОТВЕТ)**

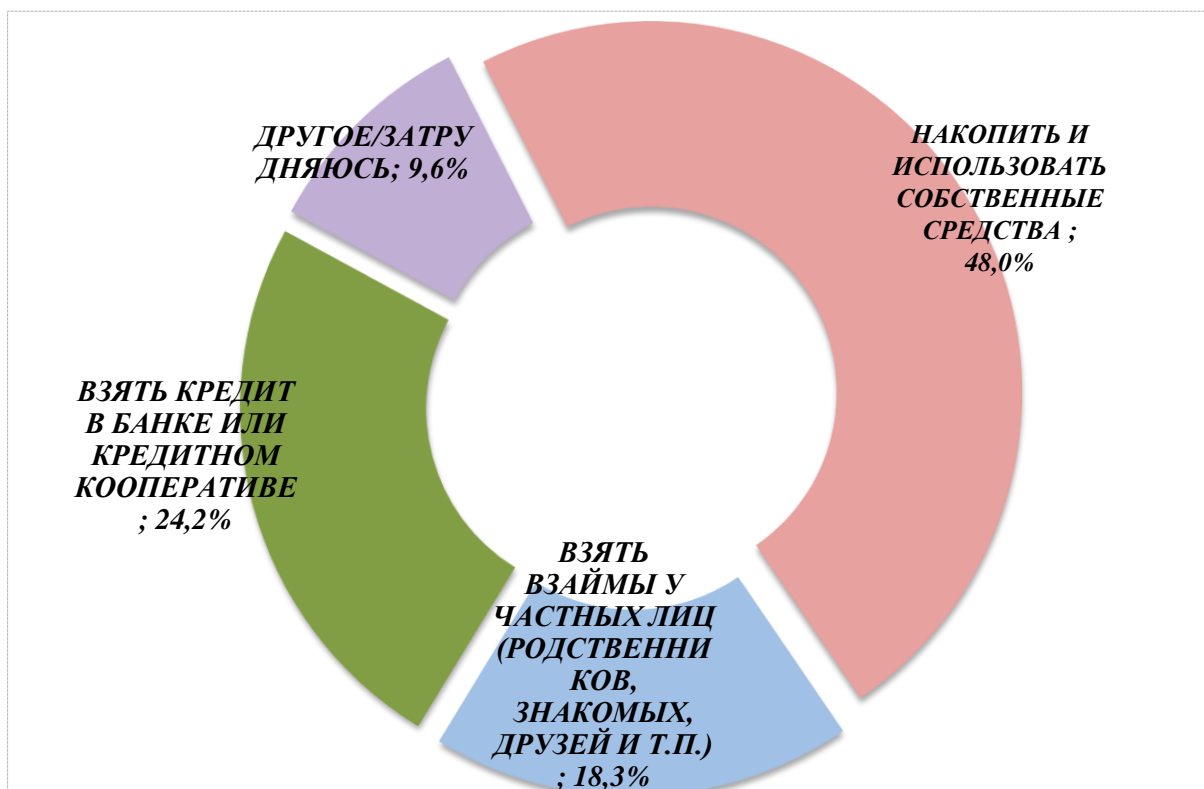


ТАБЛИЦА 2.6.

КАТЕГОРИЯ	ГРУППА	ПРЕДПОЛОЖИМ, ВАМ ПРЕДСТОЯТ КРУПНЫЕ МАТЕРИАЛЬНЫЕ ТРАТЫ. ЧТО ВЫ ВЫБЕРЕТЕ?			
		НАКОПИТЬ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА	ВЗЯТЬ ВЗАЙМЫ У ЧАСТНЫХ ЛИЦ, РОДСТВЕННИКОВ, ЗНАКОМЫХ	ВЗЯТЬ КРЕДИТ В БАНКЕ ИЛИ КРЕДИТНОМ КООПЕРАТИВЕ	ДРУГОЕ/ЗАТРУДНЯЮСЬ
ПОЛ	МУЖЧИНЫ	48,8	18,4	22,9	9,9
	ЖЕНЩИНЫ	47,2	18,2	25,3	9,3
ВОЗРАСТ	14-17 ЛЕТ	30,4	32,1	27,7	9,8
	18-26 ЛЕТ	48,4	17,4	30,4	3,8
	27-38 ЛЕТ	37,9	25,8	25,8	10,4
	39-46 ЛЕТ	47,4	17,1	27,0	8,6
	47-55 ЛЕТ	47,3	12,7	29,1	10,9
	56 ЛЕТ И СТАРШЕ	67,0	10,2	10,9	13,6
МЕСТО ПРОЖИВАНИЯ	КАЛИНИНГРАД	52,4	19,0	21,9	6,7
	МАЛЫЕ ГОРОДА	45,1	17,6	24,9	12,4
	ПОСЕЛКИ, СЕЛА	39,4	17,5	30,7	12,4

В ТАБЛИЦЕ УКАЗАНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ ГРУППАМ РЕСПОНДЕНТОВ



Мы систематизировали ответы на открытый вопрос с просьбой пояснить, почему респондент выбирает именно такой путь решения финансовой проблемы.

Среди тех, кто не планирует брать займы у родственников, знакомых, а также кредитоваться в банке в случае крупных трат, чаще говорили о том, что не любят брать кредиты, занимать деньги у кого-либо, это почти треть опрошенных, давших такой ответ. Каждый шестой считает, что накопить самому безопаснее и надежнее, не надо отдавать свои деньги в качестве возврата долга, быть зависимым от кого-либо. 18,1% рассчитывают исключительно на свои силы, на свои доходы. Каждый десятый не хочет переплачивать проценты по займу.

Среди тех, кто обратиться за помощью к родственникам чаще звучали комментарии о том, что с родственниками, знакомыми можно договориться о сроках выплаты долга, чаще об отсутствии процентов – 29,5% респондентов. Пятая часть отмечает, что родственники, близкие всегда помогут, в любой ситуации, 14,1% отмечает, что данный способ более надежный, удобный и простой, десятая часть не хочет переплачивать банкам проценты.

Респонденты, которые в случае возникновения подобной ситуации обратятся за кредитами, вероятнее всего сделают это по причине того, что накопить самому нужную сумму не всегда можно, как и занять эти деньги у родственников или друзей (32,2%), каждый второй в числе тех, кто готов взять кредит отмечает, что этот способ более удобный и быстрый как при получении денег, так и при оплате долга.

**ВЫБРАН ОТВЕТ: «НАКОПИТЬ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА»?**

<b><i>ВАРИАНТ ОТВЕТА</i></b>	<b><i>% ответов</i></b>
<b><i>НЕ ХОЧУ ПЕРЕПЛАЧИВАТЬ ПРОЦЕНТЫ</i></b>	<b><i>10,0%</i></b>
<b><i>БАНКИ НЕ ДАДУТ КРЕДИТ ИЗ-ЗА ВОЗРАСТА</i></b>	<b><i>0,8%</i></b>
<b><i>НЕ ДОВЕРЯЮ БАНКАМ, КРЕДИТАМ, КРЕДИТНЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ</i></b>	<b><i>9,6%</i></b>
<b><i>НЕ ЛЮБЛЮ БРАТЬ КРЕДИТЫ, БРАТЬ В ДОЛГ, ЗАНИМАТЬ ДЕНЬГИ У КОГО-ЛИБО</i></b>	<b><i>27,9%</i></b>
<b><i>НЕ БЕРУ В ДОЛГ ПРИНЦИПИАЛЬНО</i></b>	<b><i>0,8%</i></b>
<b><i>РАССЧИТЫВАЮ ТОЛЬКО НА СЕБЯ, НА СВОИ СИЛЫ, САМ НАКОПЛЮ И ПОТРАЧУ</i></b>	<b><i>16,5%</i></b>
<b><i>НАДЕЖНЕЕ, БЕЗОПАСНЕЕ НАКОПИТЬ, НЕ НАДО ОТДАВАТЬ, БЕЗ УЩЕРБА ДЛЯ СЕБЯ, НЕЗАВИСИМОСТЬ ОТ КОГО-ЛИБО И ПР.</i></b>	<b><i>18,1%</i></b>
<b><i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i></b>	<b><i>16,3%</i></b>



**ВЫБРАН ОТВЕТ: «ВЗЯТЬ ВЗАЙМЫ У ЧАСТНЫХ ЛИЦ (РОДСТВЕННИКОВ, ЗНАКОМЫХ, ДРУЗЕЙ И Т.П.)»?**

<i>ВАРИАНТ ОТВЕТА</i>	<i>% ответов</i>
<i>НЕ ХОЧУ ПЕРЕПЛАЧИВАТЬ ПРОЦЕНТЫ БАНКАМ</i>	<i>9,8%</i>
<i>БАНКИ НЕ ДАДУТ КРЕДИТ ИЗ-ЗА ВОЗРАСТА</i>	<i>1,6%</i>
<i>ПРОЩЕ, УДОБНЕЙ И НАДЕЖНЕЕ ВЗЯТЬ В РОДСТВЕННИКОВ, ЗНАКОМЫХ</i>	<i>14,1%</i>
<i>НЕТ ПРОЦЕНТОВ, ВРЕМЕННЫХ РАМОК, ВСЕГДА МОЖНО ДОГОВОРИТЬСЯ О СРОКАХ ВОЗВРАТА ДОЛГА</i>	<i>29,5%</i>
<i>НЕ ДОВЕРЯЮ БАНКАМ, КРЕДИТАМ, КРЕДИТНЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ</i>	<i>3,8%</i>
<i>ДРУЗЬЯ, РОДСТВЕННИКИ, РОДИТЕЛИ ВСЕГДА ДАДУТ В ДОЛГ</i>	<i>21,3%</i>
<i>НЕ ЛЮБЛЮ БРАТЬ КРЕДИТЫ В БАНКАХ</i>	<i>2,7%</i>
<i>КОПИТЬ САМОМУ НЕ ПОЛУЧАЕТСЯ, А В БАНКАХ ВЫСОКИЕ ПРОЦЕНТЫ</i>	<i>3,8%</i>
<i>ДРУГОЕ</i>	<i>3,8%</i>
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	<i>4,4%</i>

**ВЫБРАН ОТВЕТ: «ВЗЯТЬ КРЕДИТ В БАНКЕ ИЛИ КРЕДИТНОМ КООПЕРАТИВЕ»?**

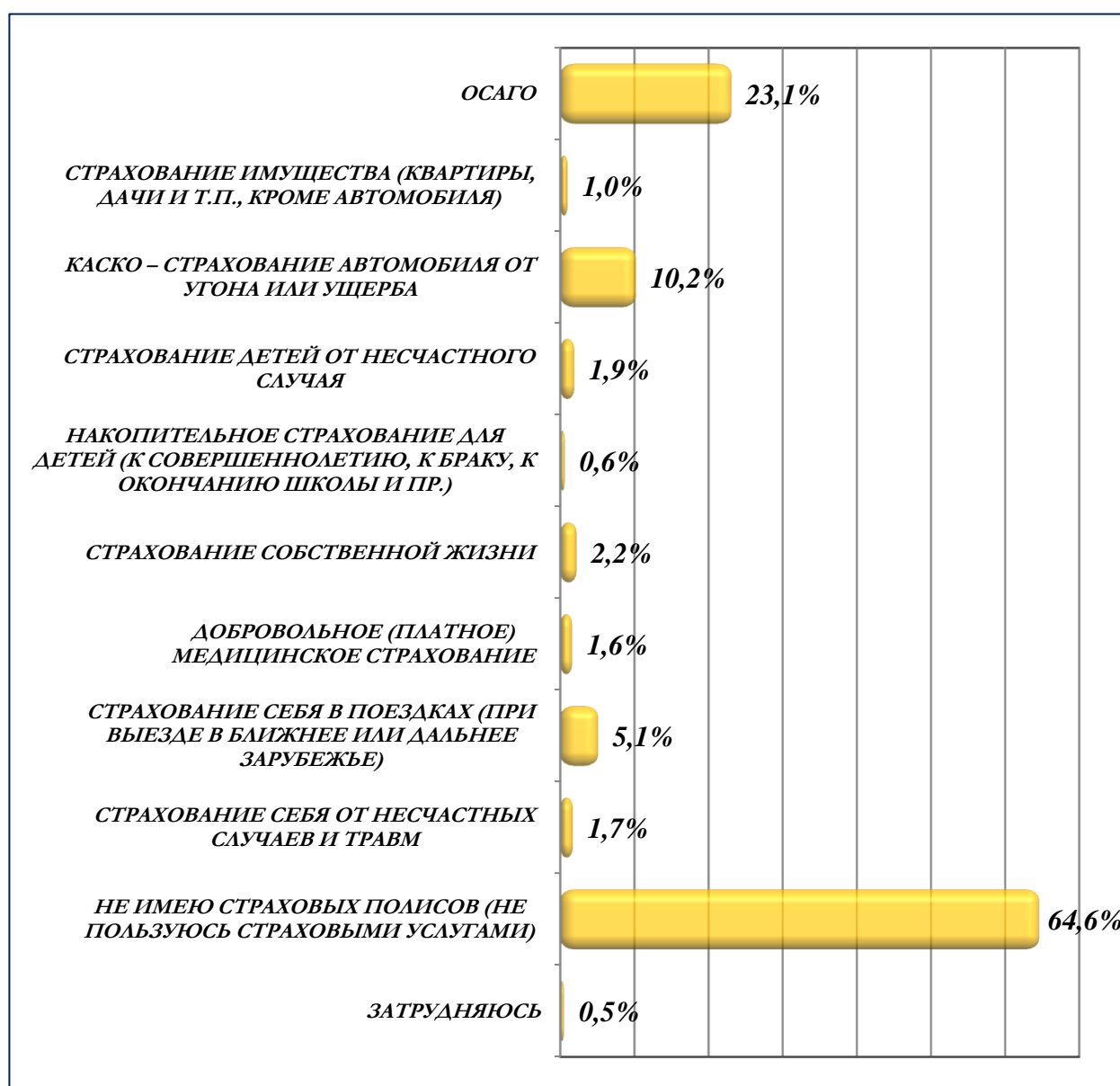
<i>ВАРИАНТ ОТВЕТА</i>	<i>% ответов</i>
<i>САМ НАКОПИТЬ НЕ МОГУ, А В ДОЛГ ВЗЯТЬ НЕ У КОГО</i>	<i>32,2%</i>
<i>ТАК УДОБНЕЙ И БЫСТРЕЙ – КАК ПОЛУЧИТЬ ДЕНЬГИ, ТАК И ПЛАТИТЬ ЗА КРЕДИТ</i>	<i>52,1%</i>
<i>МОГУ РАСЧИТЫВАТЬ ТОЛЬКО НА КРЕДИТ – БОЛЬШЕ ВЗЯТЬ НЕГДЕ</i>	<i>2,9%</i>
<i>ДРУГОЕ</i>	<i>7,4%</i>
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	<i>5,4%</i>



В вопросах популярности страховых услуг в перечень был включен практически весь спектр добровольных страховых услуг. Также нами рассматривалась популярность обязательного страхования ОСАГО – как первой ступени к пониманию и знакомству со страховыми инструментами. Практически кроме ОСАГО другие инструменты не развиты в области. Специфика региона диктует несколько больший процент популярности у страхования КАСКО а также страхование себя и своих близких в поездках, путешествиях. 64,6% населения региона не пользуется добровольным страхованием.

**ГРАФИК 2.7.**

***ЕСТЬ ЛИ У ВАС В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ СТРАХОВОЙ ПОЛИС, И ЕСЛИ ДА, ТО КАКОЙ?  
КАРТОЧКА 4, ЗАПИСАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ***



НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС

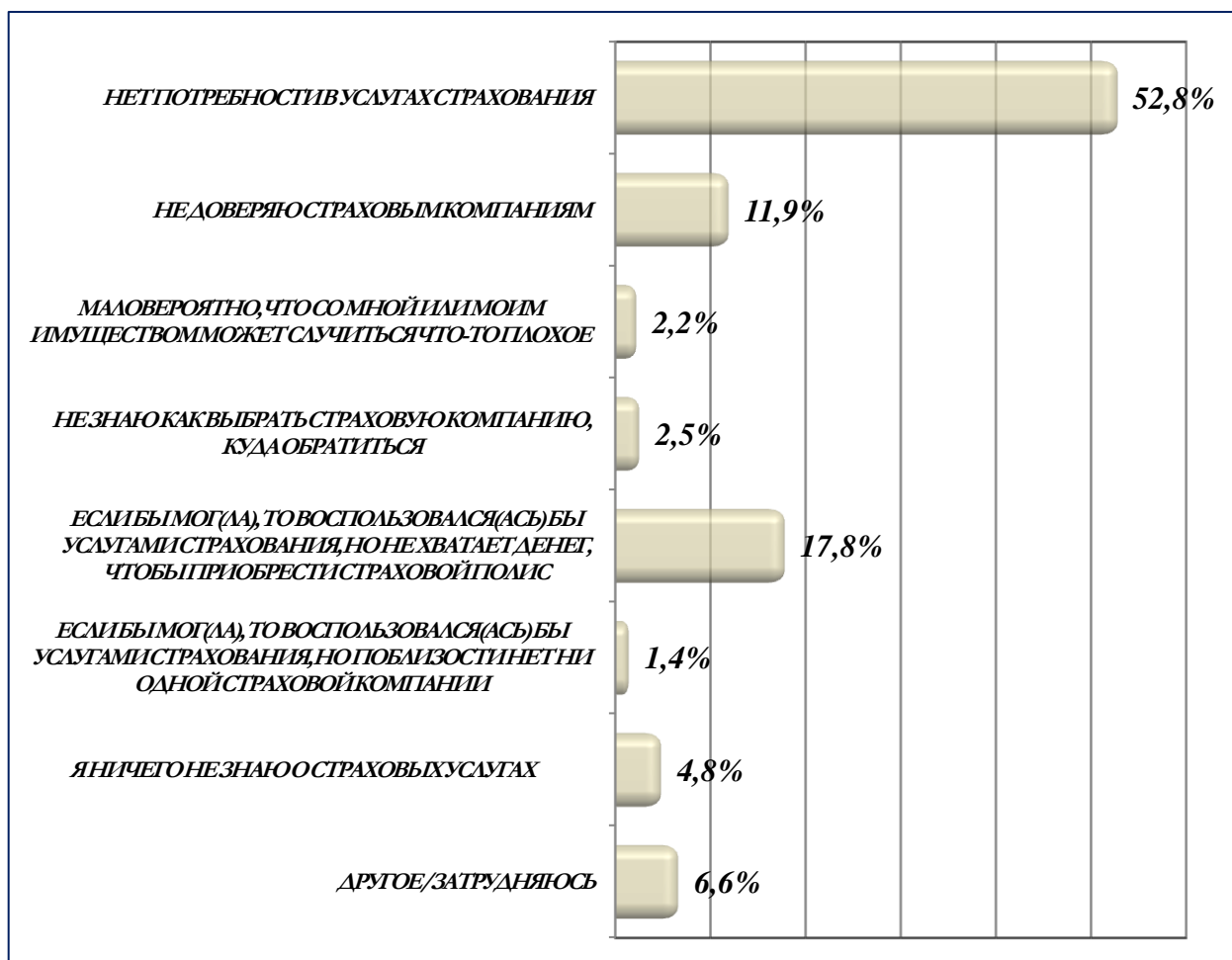


СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ДЛЯ ТЕХ, КТО НЕ ПОЛЬЗУЕТСЯ НИКАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ УСЛУГ СТРАХОВАНИЯ.

В числе основных причин отказа от услуг страхования респонденты называют отсутствие потребности в страховых услугах – 52,8%. Более чем каждый десятый не доверяет страховым компаниям. 17,8% отмечают отсутствие средств на оформление страховки. Недостаток информации менее значимый критерий – ничего не знают о страховых услугах 4,8% жителей области и 2,5% не знают, куда можно обратиться, как выбрать страховую компанию. Это, скорее, вопросы маркетинговой политики самих страховщиков. Для 1,4% респондентов важно именно наличие страховой компании поблизости от места жительства. Только 2,2% отказываются от услуг страхования, так как верят, что «судьба будет к ним благосклонна и ничего плохого не случится».

**ГРАФИК 2.8.**

**КАКОВА ГЛАВНАЯ ПРИЧИНА, ПО КОТОРОЙ ВЫ СЕЙЧАС НЕ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ НИКАКИМИ ПЛАТНЫМИ СТРАХОВЫМИ УСЛУГАМИ? КАРТОЧКА №5. ВЫБЕРИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ОДНУ, САМУЮ ВАЖНУЮ ПРИЧИНУ**



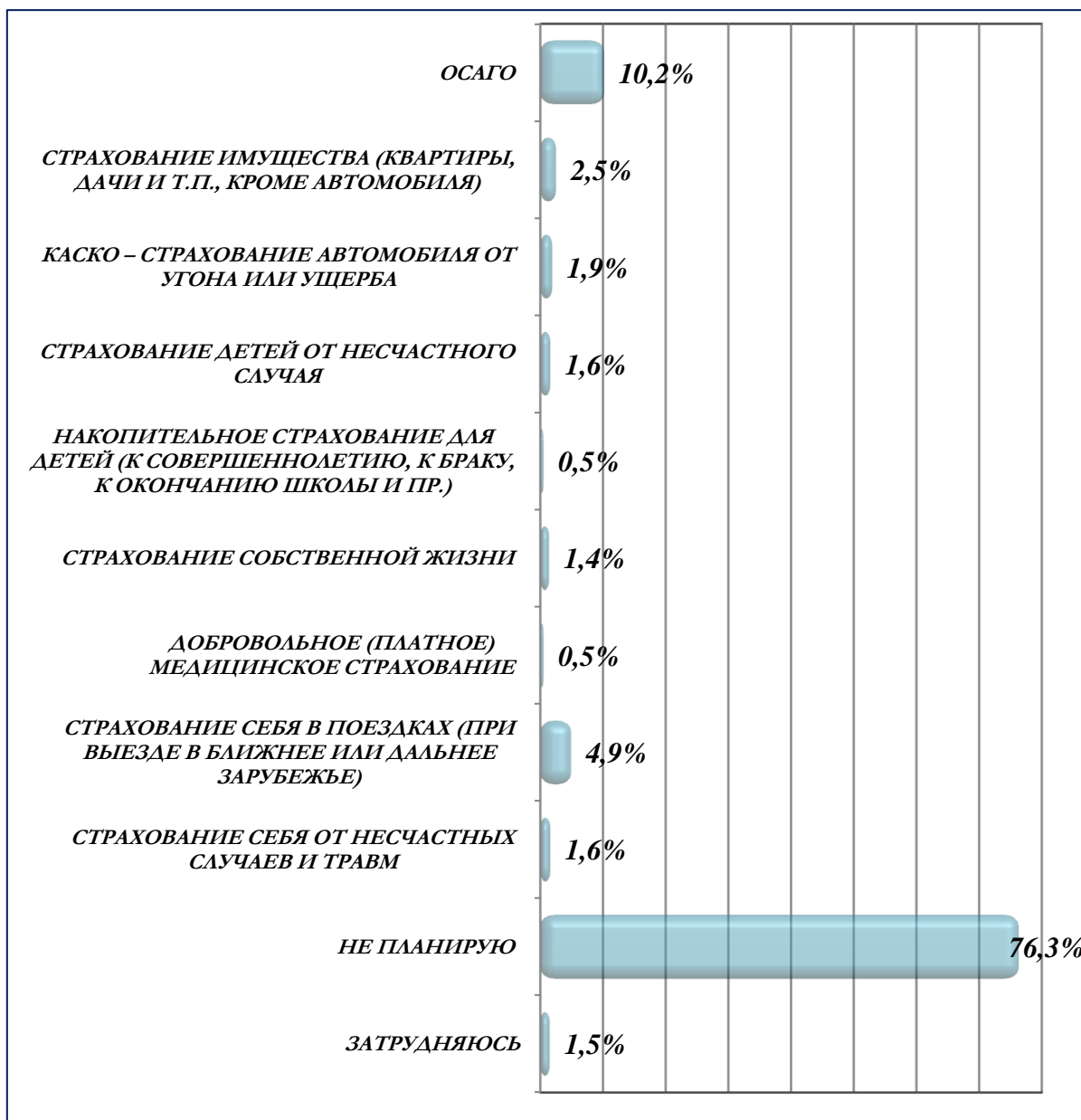
НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ



Потенциал развития услуг добровольного страхования составляет около 14,9%. В том числе 1,9% КАСКО страхование, 1,4% страхование жизни, 4,9% страхование в поездках, путешествиях, 0,5% накопительное страхование и страхование детей, 0,5% добровольное медицинское страхование, 1,6% - страхование от несчастных случаев и 2,5% страхование имущества.

**ГРАФИК 2.9.**

**СОБИРАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ В БЛИЖАЙШИЙ ГОД ПРИОБРЕСТИ СТРАХОВКУ, И ЕСЛИ ДА, ТО КАКУЮ? КАРТОЧКА №5. ЗАПИСАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ**



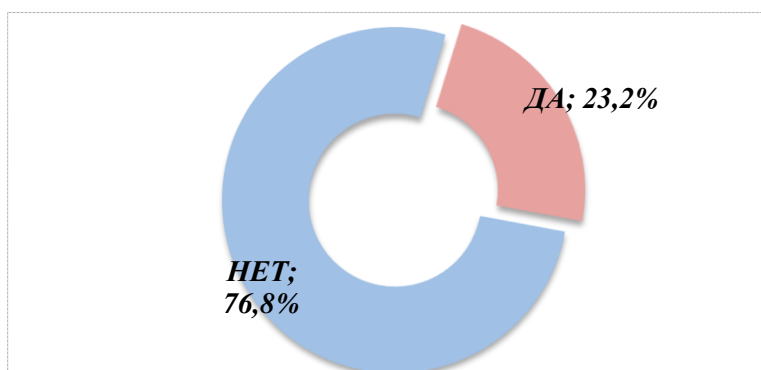
НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕН КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС



Следующий блок исследования подготавливает понимание причин обращения граждан к услугам НПФ, а также раскрывает подробнее условия жизни людей пенсионного возраста. В доле опрошенных респондентов пенсионеры составляют 23,2%. Напомним, что квота по населению пожилого возраста во время проектировки выборки по просьбе заказчика была несколько снижена (около 4%), чтобы больше охватить все целевые группы реализации Программы. В составе группы преобладают пенсионеры именно по возрасту, военных пенсионеров и инвалидов молодого возраста, получающих пенсию, относительно немного. Почти 30% пенсионеров помимо получения пенсии продолжают работать, в Калининграде работающих пенсионеров несколько больше, чем в малых городах и поселках. Но это обусловлено, скорее, не желанием самих пенсионеров, а отсутствием работы в районах области, пенсионерам там сложнее трудоустроиться. Подробно группу пенсионеров мы рассматриваем в части 4.2. отчета.

**ГРАФИК 2.10**

**СКАЖИТЕ, ВЫ СЕЙЧАС ЯВЛЯЕТЕСЬ ПЕНСИОНЕРОМ?** ВОПРОС ЗАДАВАЛСЯ С ЦЕЛЬЮ ПОДРАЗДЕЛИТЬ ВСЕХ РЕСПОНДЕНТОВ НА ДВЕ ГРУППЫ.



СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС ЗАДАЕТСЯ ТОЛЬКО ПЕНСИОНЕРАМ.





ТАБЛИЦА 2.11.

**ЕСЛИ ВЫ ИМЕЕТЕ КРОМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПЕНСИИ КАКИЕ-ЛИБО ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА, ТО КАКИЕ? КАРТОЧКА №6. ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ**

№П/П		%
1	ПРОДОЛЖАЮ РАБОТАТЬ	30,1
2	МОЙ МУЖ (ЖЕНА) РАБОТАЕТ	6,4
3	ПОМОГАЮТ ДЕТИ	9,6
4	ПОЛУЧАЮ ПОМОЩЬ СО СТОРОНЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	1,8
5	ВЫРАЩЕВАЕМ СВОИМИ СИЛАМИ ПРОДУКТЫ НА ДАЧЕ, В ПОДСОБНОМ ХОЗЯЙСТВЕ, ВСЕ, ЧТО МОЖЕМ, ПО ДОМУ ДЕЛАЕМ САМИ	18,7
6	ПЕРЕЕХАЛ(А) В БОЛЕЕ МАЛЕНЬКУЮ КВАРТИРУ (ДОМ), А ПОЛУЧЕННУЮ РАЗНИЦУ ПОСТЕПЕННО ТРАЧУ	0,0
7	СДАЮ В АРЕНДУ НЕДВИЖИМОСТЬ	1,4
8	ЖИВУ НА СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ	23,3
9	ПОЛУЧАЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ПЕНСИЮ ИЗ СИСТЕМЫ ЧАСТНОГО ПЕНСИОННОГО НАКОПЛЕНИЯ	0,9
10	ЖИВУ ЗА СЧЕТ НАСЛЕДСТВА	0,0
11	ДРУГОЕ	9,1
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ/НЕ ХОЧУ ОТВЕЧАТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС	16,0

ТАБЛИЦА 2.12

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ**

№П/П	ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ ПЕНСИОНЕРОВ	КАЛИНИН	МАЛЫЕ	ПОСЕЛКИ,
		ГРАД, %	ГОРОДА, %	СЕЛА, %
1	ПРОДОЛЖАЮ РАБОТАТЬ	31,4	29,3	16,0
2	МОЙ МУЖ (ЖЕНА) РАБОТАЕТ	5,7	8,5	4,0
3	ПОМОГАЮТ ДЕТИ	9,5	11,0	8,0
4	ПОЛУЧАЮ ПОМОЩЬ СО СТОРОНЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	1,0	3,7	0,1
5	ВЫРАЩЕВАЕМ СВОИМИ СИЛАМИ ПРОДУКТЫ НА ДАЧЕ, В ПОДСОБНОМ ХОЗЯЙСТВЕ, ВСЕ, ЧТО МОЖЕМ, ПО ДОМУ ДЕЛАЕМ САМИ	13,3	19,5	44,0
7	СДАЮ В АРЕНДУ НЕДВИЖИМОСТЬ	1,9	-	-
8	ЖИВУ НА СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ	25,7	23,2	20,0
9	ПОЛУЧАЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ПЕНСИЮ ИЗ СИСТЕМЫ ЧАСТНОГО ПЕНСИОННОГО НАКОПЛЕНИЯ	1,9	-	-
11	ДРУГОЕ	12,4	6,1	8,0
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ/НЕ ХОЧУ ОТВЕЧАТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС	16,2	13,4	20,0



Как сложится жизнь на пенсии у молодых? Населению молодого и среднего возраста пока сложно было загадывать так далеко на будущее. Во время проведения опроса мы столкнулись с тем, что ответы на этот вопрос вызывали затруднения у респондентов, приходилось думать о далеком будущем, многие говорили, что в большей степени склонны жить сегодняшним днем, неизвестно, что будет завтра.

9,1% так и не смогли ответить на этот вопрос, 17,9% затруднились с выбором модели жизни на пенсии.

Важно, что об услугах НПФ знают многие (это рассмотрим чуть позже), но только 5% рассчитывают на дополнительную пенсию из системы негосударственного пенсионного накопления. Можно с уверенностью сказать, что население молодого и среднего возраста ментально пока не готово принять и понять систему НПФ.

67,7% с наступлением пенсионного возраста рассчитывают на продолжение трудовой деятельности, при этом таких респондентов значительно больше в малых городах и поселках области, чем в Калининграде (около 75%). Еще 10,8% предполагают, что будет работать супруг (супруга). Помощь со стороны детей назвали 14,5%. Прожить за счет дачных участков рассчитывают 4,9% респондентов молодого и среднего возраста. 14,1% планирует жить на свои сбережения (фактически живут на сбережения, напомним, почти четверть сегодняшних пенсионеров). Так или иначе использовать доходы от имеющейся недвижимости планирует 3,6% жителей области.



ТАБЛИЦА 2.13

**ПОСЛЕ НАСТУПЛЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА ВЫ РАССЧИТЫВАЕТЕ КРОМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПЕНСИИ НА КАКИЕ-ЛИБО ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА?** КАРТОЧКА №7, ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ

<i>№П/П</i>	<i>ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДОВ РАБОТАЮЩЕГО НАСЕЛЕНИЯ И МОЛОДЕЖИ ПОСЛЕ ВЫХОДА НА ПЕНСИЮ</i>	<i>%</i>
<i>1</i>	<i>ПРОДОЛЖУ РАБОТАТЬ</i>	<i>67,7</i>
<i>2</i>	<i>МОЙ МУЖ (ЖЕНА), СКОРЕЕ ВСЕГО, БУДЕТ РАБОТАТЬ</i>	<i>10,8</i>
<i>3</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОМОЩЬ СО СТОРОНЫ ДЕТЕЙ</i>	<i>14,5</i>
<i>4</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОМОЩЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ</i>	<i>0,5</i>
<i>5</i>	<i>СМОГУ СВЕСТИ КОНЦЫ С КОНЦАМИ ЗА СЧЕТ ПРОДУКТОВ, ВЫРАЩЕННЫХ СВОИМИ СИЛАМИ НА ДАЧЕ, В ПОДСОБНОМ ХОЗЯЙСТВЕ</i>	<i>4,9</i>
<i>6</i>	<i>ПЕРЕЕДУ В БОЛЕЕ МАЛЕНЬКУЮ КВАРТИРУ (ДОМ), А ПОЛУЧЕННУЮ РАЗНИЦУ БУДУ ПОСТЕПЕННО ТРАТИТЬ</i>	<i>0,8</i>
<i>7</i>	<i>ДОБАВКОЙ К ПЕНСИИ БУДУТ ДОХОДЫ ОТ СДАЧИ В АРЕНДУ НЕДВИЖИМОСТИ</i>	<i>2,8</i>
<i>8</i>	<i>БУДУ ЖИТЬ НА СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ</i>	<i>14,1</i>
<i>9</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ПЕНСИЮ ИЗ СИСТЕМЫ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО НАКОПЛЕНИЯ, В КОТОРУЮ СЕЙЧАС ДЕЛАЮ ИЛИ СОБИРАЮСЬ ДЕЛАТЬ ОТЧИСЛЕНИЯ</i>	<i>5,0</i>
<i>10</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОЛУЧЕНИЕ НАСЛЕДСТВА</i>	<i>2,5</i>
<i>11</i>	<i>ПОКА ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ, БУДУ ДУМАТЬ, КОГДА ПРИДЕТ ЭТО ВРЕМЯ</i>	<i>17,9</i>
<i>99</i>	<i>ДРУГОЕ/НЕ МОГУ ОТВЕТИТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС</i>	<i>9,1</i>



ТАБЛИЦА 2.14

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ

№П/П		КАЛИНИН ГРАД, %	МАЛЫЕ ГОРОДА, %	ПОСЕЛКИ, СЕЛА, %
1	ПРОДОЛЖУ РАБОТАТЬ	62,7	75,0	74,1
2	МОИ МУЖ (ЖЕНА), СКОРЕЕ ВСЕГО, БУДЕТ РАБОТАТЬ	9,6	13,0	10,7
3	РАССЧИТЫВАЮ НА ПОМОЩЬ СО СТОРОНЫ ДЕТЕЙ	16,9	13,8	13,4
4	РАССЧИТЫВАЮ НА ПОМОЩЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	0,9	0,4	-
5	СМОГУ СВЕСТИ КОНЦЫ С КОНЦАМИ ЗА СЧЕТ ПРОДУКТОВ, ВЫРАЩЕННЫХ СВОИМИ СЛАМИ НА ДАЧЕ, В ПОДСОБНОМ ХОЗЯЙСТВЕ	3,9	5,4	6,3
6	ПЕРЕЕДУ В БОЛЕЕ МАЛЕНЬКУЮ КВАРТИРУ (ДОМ), А ПОЛУЧЕННУЮ РАЗНИЦУ БУДУ ПОСТЕПЕННО ТРАТИТЬ	0,9	0,7	0,9
7	ДОБАВКОЙ К ПЕНСИИ БУДУТ ДОХОДЫ ОТ СДАЧИ В АРЕНДУ НЕДВИЖИМОСТИ	5,7	0,7	-
8	БУДУ ЖИТЬ НА СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ	15,1	14,1	11,6
9	РАССЧИТЫВАЮ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ПЕНСИЮ ИЗ СИСТЕМЫ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО НАКОПЛЕНИЯ, В КОТОРУЮ СЕЙЧАС ДЕЛАЮ ПЛАТ СОБИРАЮСЬ ДЕЛАТЬ ОТЧИСЛЕНИЯ	5,4	5,8	3,6
10	РАССЧИТЫВАЮ НА ПОЛУЧЕНИЕ НАСЛЕДСТВА	3,9	1,8	0,9
11	ПОКА ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ, БУДУ ДУМАТЬ, КОГДА ПРИДЕТ ЭТО ВРЕМЯ	22,6	13,4	17,9
99	ДРУГОЕ/НЕ МОГУ ОТВЕТИТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС	10,5	6,2	1,8

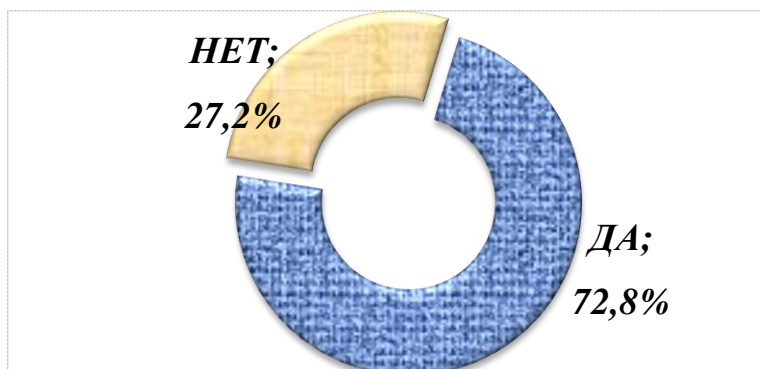


Переходим к рассмотрению вопросов, которые являются лакмусовой бумажкой, определением критериев реализации Программы в Калининградской области. Здесь мы приводим общие данные от 100% респондентов. Рассмотрение данных по ключевым группам, на которые нацелена Программа, приводится в шестой части отчета.

Более чем две трети работающего населения знают о том, что есть возможность работы с НПФ. Как уже отмечалось, информированность об услуге добровольных отчислений в НПФ высокая, но потенциал пользования пока низкий. Можно предположить, что уже полученная информация об этом не является убедительной для населения. Так называемый «Проект Путина» по негосударственным пенсионным фондам все еще находится на стадии раскрутки. Возможно, на недоверие калининградцев к ним оказывают влияние и крупные скандалы с НПФ на уровне страны и региона 2009 – 2010 годов (в частности местного отделения фонда «Социум»).

**ГРАФИК 2.15**

***ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО ВЫ МОЖЕТЕ ДЕЛАТЬ ДОБРОВОЛЬНЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ ИЗ СВОИХ ЗАРАБОТКОВ В НЕГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕНСИОННЫЙ ФОНД, ЧТОБЫ ПОСЛЕ ВЫХОДА НА ПЕНСИЮ ПОЛУЧАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ НЕГОСУДАРСТВЕННУЮ ПЕНСИЮ?<sup>5</sup>***



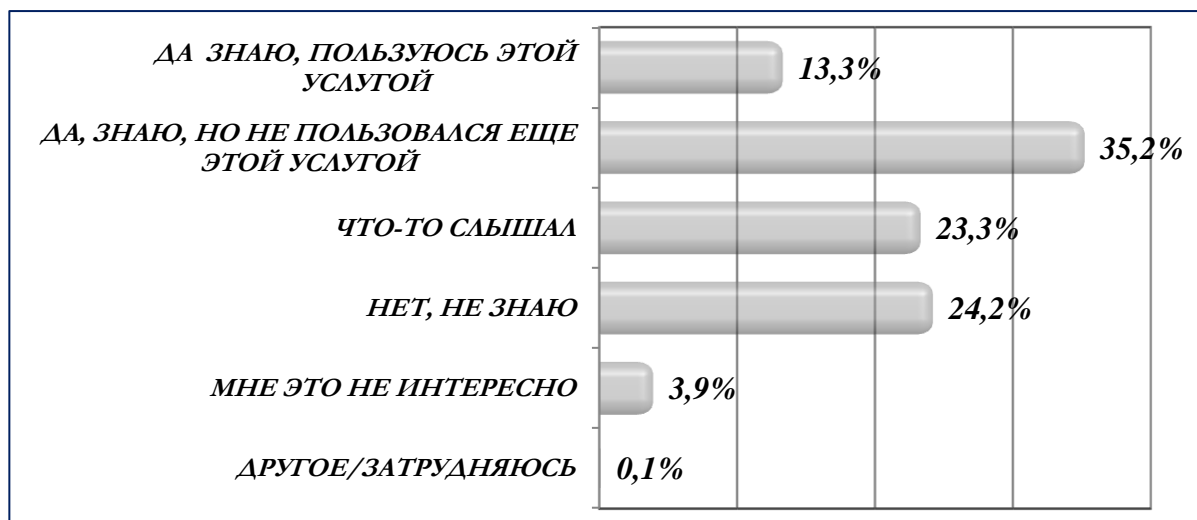
<sup>5</sup> ВОПРОС ЗАДАВАЛСЯ ТОЛЬКО ТЕМ РЕСПОНДЕНТАМ, КТО СЕЙЧАС НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПЕНСИОНЕРОМ



Следующий вопрос показывает, какая часть населения знает или уже пользовалась компенсациями части затрат на образование, здравоохранение с помощью налоговых вычетов. Хорошо информированными можно назвать только 48,5% работающего населения. Из них 13,3% успели воспользоваться данной услугой. Что-то слышали о подобных компенсациях почти каждый четвертый, также 24,2% совсем ничего не знает о данной услуге.

**ГРАФИК 2.16**

**ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО МОЖЕТЕ КОМПЕНСИРОВАТЬ ЧАСТЬ СВОИХ ТРАТ НА ОБРАЗОВАНИЕ, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ?<sup>6</sup> (ОДИН ОТВЕТ)**



<sup>6</sup> В АНАЛИЗЕ УЧИТЫВАЮТСЯ ОТВЕТЫ ТОЛЬКО ТЕХ РЕСПОНДЕНТОВ, КТО СЕЙЧАС НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПЕНСИОНЕРОМ, ТАК КАК ДАННАЯ УСЛУГА ДОСТУПНА ТОЛЬКО ДЛЯ РАБОТАЮЩИХ ГРАЖДАН.



### ЧАСТЬ 3

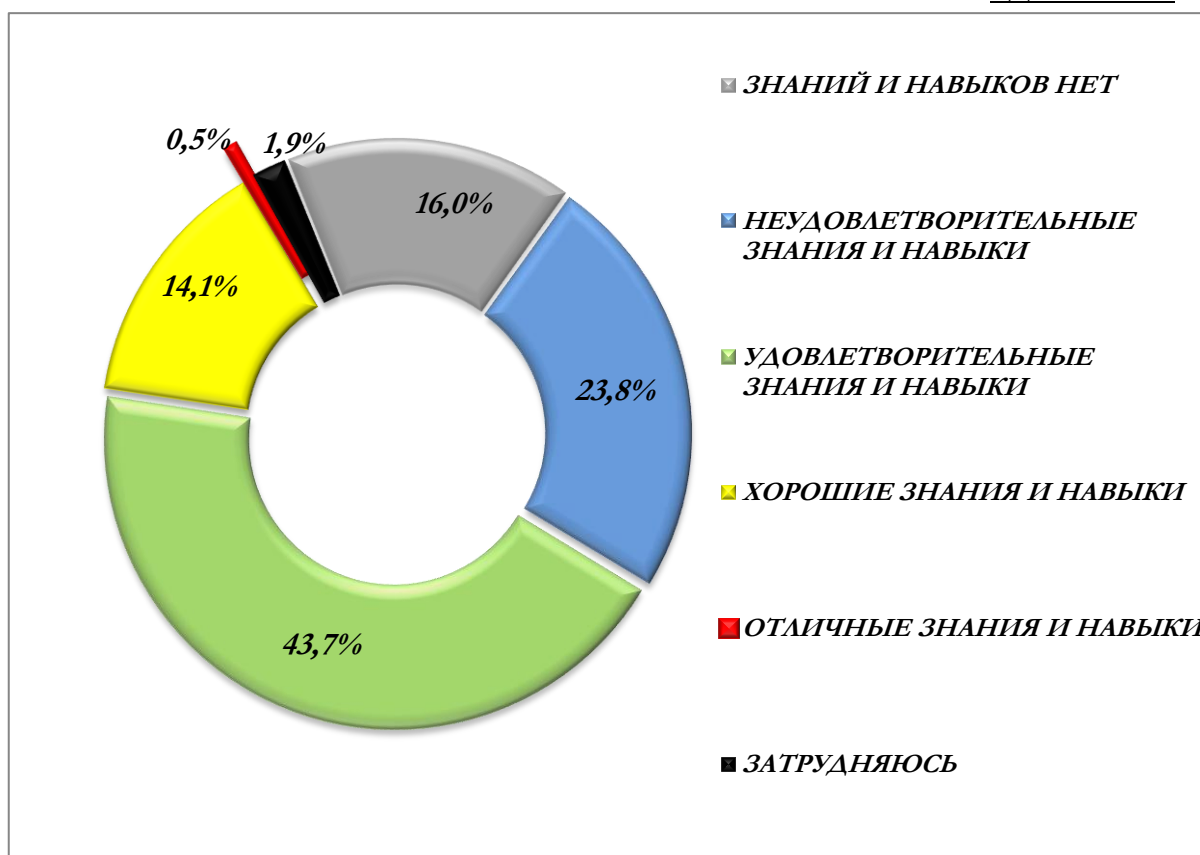
#### ПОНИМАНИЕ ЛИЧНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА СВОИ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ. ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПАТЕРНАЛИСТСКОЙ МОДЕЛИ В ВОСПРИЯТИИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ.

Рассмотрим вопрос общей финансовой грамотности населения. Постепенно мы выходим на рассмотрение собственно концептуальной основы будущей Программы.

Субъективные оценки своей финансовой грамотности населением довольно критичны. Если провести параллель со школьными отметками, то в числе «хорошистов» только 14,1% жителей области. 43,7% поставили себе оценку по финансовой грамотности «на троечку». Почти 40% говорят о том, что знания и навыки находятся на очень низком уровне.

**ГРАФИК 3.1.**

**СЧИТАЕТЕ ЛИ ВЫ СЕБЯ ФИНАНСОВО ГРАМОТНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ? ОДИН ОТВЕТ**



НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ



Распределение данных ответов на следующий вопрос порадовали. Большинство граждан, при заключении финансовых сделок, ответственно относится к подписанию договоров. Только 3,3% подписывают договор, не читая. 41,7% респондентов самостоятельно старается разобраться в документах и подписывает договор только после детального изучения. 34,7% готовы потенциально привлечь специалистов со стороны, чтобы прояснить все необходимые условия договора (эта группа с точки зрения реализации наиболее интересна).

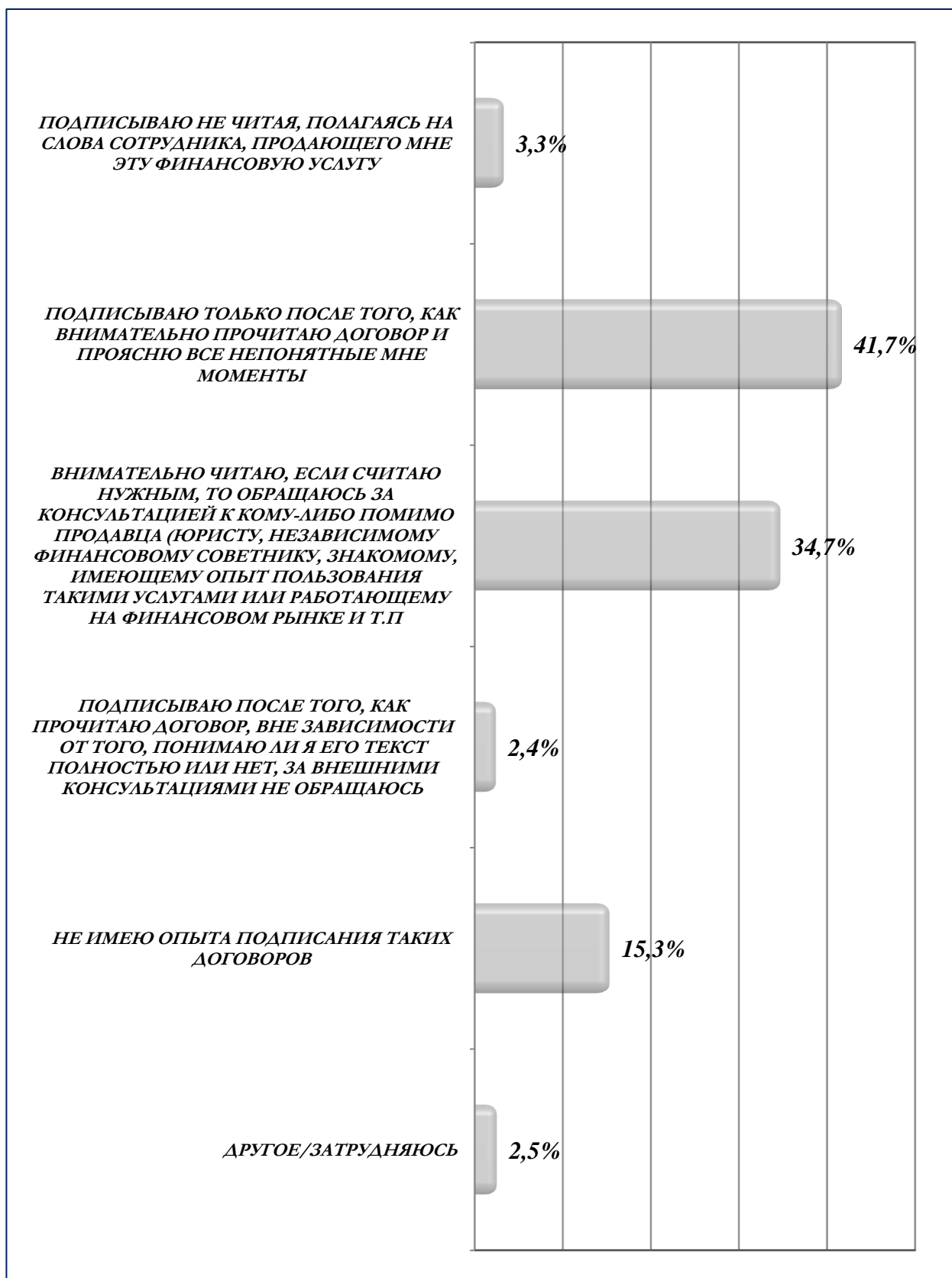
2,4% подписывают договор, прочитав его, но независимо от того, понимают они его условия или нет. Прямо скажем, опасная игра, особенно если это договор ипотечного кредитования. Но таких респондентов мало.

Косвенно распределение данных ответов на этот вопрос говорит также о том, что так или иначе в своей жизни большинство населения региона сталкивались с финансовыми институтами, пользовались продуктами и услугами. Только 15,3% жителей области не имеет опыта подписания подобных договоров с финансовыми институтами. Среди них преобладают школьники и студенты.





**ГРАФИК 3.1. ФИНАНСОВЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ПРЕДЛАГАЮТ ВАМ ПОДПИСАТЬ ДОГОВОР. ПРИ ЭТОМ ВЫ... КАРТОЧКА №9. ОДИН ОТВЕТ**



В данном исследовании много вопросов посвящено качеству и доступности информации, напрямую влияющей на финансовую грамотность населения. Этот вопрос – один из них. 45,9% респондентов не знают о том, куда следует обратиться за государственной правовой помощью. Это один из немногих вопросов, где в областном центре население менее информировано, чем в малых городах и поселках (47 и 41% соответственно). За этим следует и то, что почти половине населения незнакомы и условия предоставления государственной правовой помощи в случае конфликта с кредитной организацией, и ситуации, в которых подобная помощь может оказаться очень кстати. Только 3,5% имеют опыт обращения за помощью. Каждый пятый проинформирован, но лично не обращался. Еще 22,4% что-то отдаленно слышали. Важно также, что недоверие государственным институтам здесь очень низкое, только 3,5% не доверяют государственным институтам в этом вопросе.

**ТАБЛИЦА 3.2.**

**ВЫ ЗНАЕТЕ, КУДА СЛЕДУЕТ ОБРАТИТЬСЯ ЗА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ В СЛУЧАЕ КОНФЛИКТА С КРЕДИТНОЙ (СТРАХОВОЙ) ОРГАНИЗАЦИЕЙ? ДАННЫЕ ПРИВОДЯТСЯ ОТ 100% ОПРОШЕННЫХ**

№П/П		%
1	ДА ЗНАЮ, ОБРАЩАЛСЯ	3,5
2	ДА, ЗНАЮ, НО НЕ ОБРАЩАЛСЯ	20,0
3	ЧТО-ТО СЛЫШАЛ	22,4
4	НЕТ, НЕ ЗНАЮ	45,9
5	ЗНАЮ, НО НЕ ВЕРЮ В ВОЗМОЖНОСТЬ СПРАВЕДЛИВОГО РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ	3,5
6	МНЕ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСНО	3,6
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	1,2

**ТАБЛИЦА 3.3.**

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ**

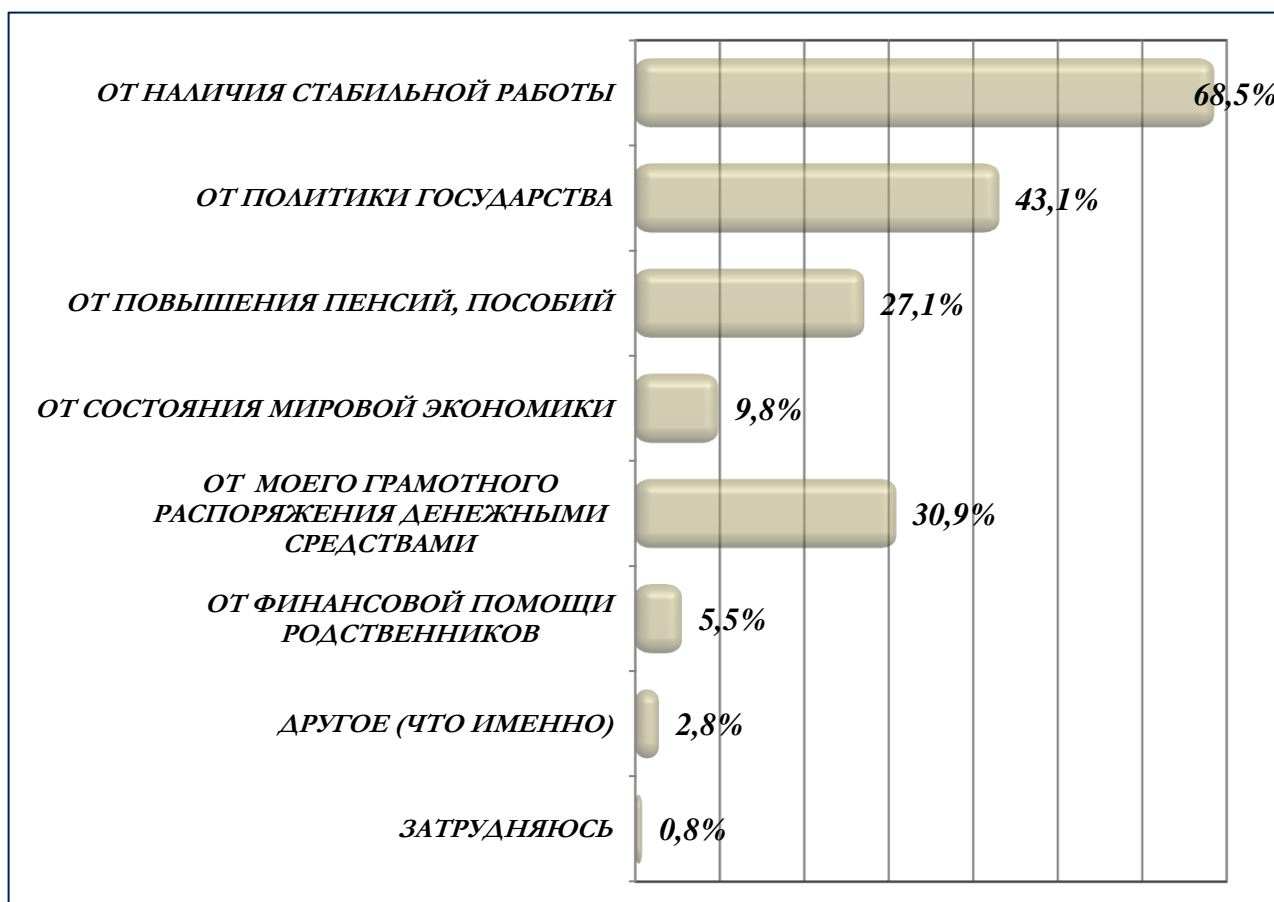
№П/П		КАЛИНИНГ	МАЛЫЕ	ПОСЕЛКИ
		РАД, %	ГОРОДА, %	СЕЛА, %
1	ДА ЗНАЮ, ОБРАЩАЛСЯ	5,3	2,4	-
2	ДА, ЗНАЮ, НО НЕ ОБРАЩАЛСЯ	18,9	20,5	22,6
3	ЧТО-ТО СЛЫШАЛ	21,5	22,4	25,5
4	НЕТ, НЕ ЗНАЮ	47,1	45,8	41,6
5	ЗНАЮ, НО НЕ ВЕРЮ В ВОЗМОЖНОСТЬ СПРАВЕДЛИВОГО РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ	3,2	3,8	3,6
6	МНЕ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСНО	2,8	3,8	5,8
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	1,2	1,3	0,7



В вопросе управления финансами патернализм развит достаточно сильно. Если рассматривать кумулятивный процент собственно госполитики и конкретных действий по повышению пенсий и пособий, то поддержка государственных институтов в финансовом благополучии граждан оценивается выше (70,2%), чем субъективный, но очень важный фактор наличия стабильной работы (68,5). В Калининграде патернализм выражен сильнее – надежда на государство в финансовых вопросах составляет 77,5%. Для сравнения – около 60% в малых городах и поселках. Получена почти гарантия того, что реализация Программы повышения финансовой грамотности под флагом государства ляжет на благодатную почву. Также важно, что треть населения понимают, что их финансовое благополучие обеспечивается самостоятельным грамотным распоряжением финансами. При том, что большая часть жителей области неудовлетворительно оценили свой уровень финансовой грамотности, это еще одно подтверждение востребованности и своевременности Программы.

**ГРАФИК 3.4.**

**КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ОТ ЧЕГО В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ЗАВИСИТ ВАШЕ ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ? КАРТОЧКА 8, ДО ТРЕХ ВАРИАНТОВ ОТВЕТА**



НА ГРАФИКЕ ПРИВОДИТСЯ КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС



**ТАБЛИЦА 3.5.**  
**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ**  
**РЕСПОНДЕНТОВ**

<i>№П/П</i>		<i>КАЛИНИНГР</i> <i>АД, %</i>	<i>МАЛЫЕ</i> <i>ГОРОДА, %</i>	<i>ПОСЕЛКИ</i> <i>СЕЛА, %</i>
<b>1</b>	ОТ НАЛИЧИЯ СТАБИЛЬНОЙ РАБОТЫ	69,8	68,2	65,0
<b>2</b>	ОТ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА	49,3	36,4	38,7
<b>3</b>	ОТ ПОВЫШЕНИЯ ПЕНСИЙ, ПОСОБИЙ	28,8	23,5	30,7
<b>4</b>	ОТ СОСТОЯНИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	12,2	9,2	2,9
<b>5</b>	ОТ МОЕГО ГРАМОТНОГО РАСПОРЯЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ	28,6	34,2	29,9
<b>6</b>	ОТ ФИНАНСОВОЙ ПОМОЩИ РОДСТВЕННИКОВ	6,5	4,0	5,8
<b>99</b>	ДРУГОЕ/ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	4,4	3,8	-



#### **ЧАСТЬ 4**

### **ДОЛИ БАЗОВЫХ ГРУПП, НА КОТОРЫХ НАЦЕЛЕНА РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ, ОПИСАНИЕ, ХАРАКТЕРИСТИКИ. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ.**

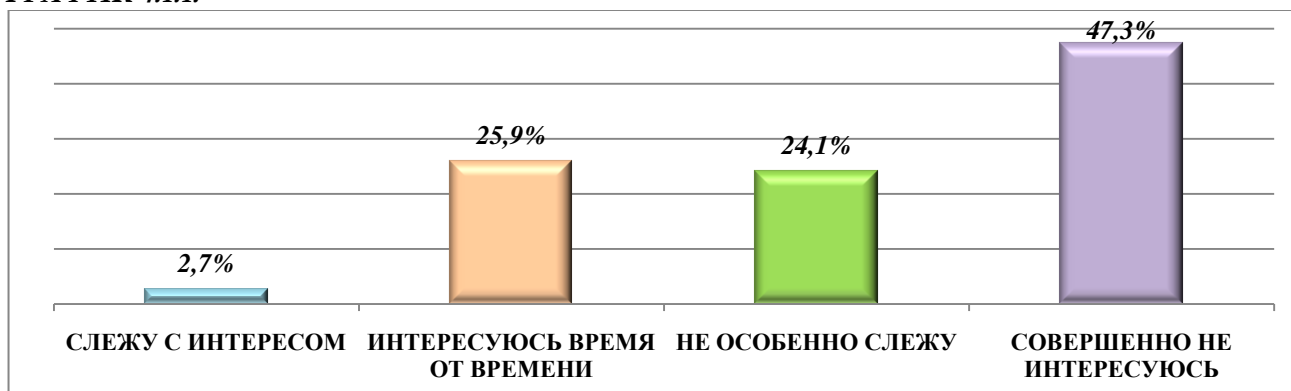
ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ ЗАДАНИЮ ЗАКАЗЧИКА НАМНІ БЫЛИ ВЫДЕЛЕНЫ ЧЕТЫРЕ БАЗОВЫЕ ГРУППЫ, НА КОТОРЫЕ НАЦЕЛЕНА РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ – МОЛОДЕЖЬ, ПЕНСИОНЕРЫ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ.

#### **4.1. МОЛОДЕЖЬ**

Рассмотрим молодежь, как потенциальных участников Программы. В ходе анализа мы будем рассматривать как молодежь в целом, так и в разрезе двух групп:

**14-17 лет.** По своей сути это еще школьники и студенты. Как правило, более 90% из них не имеют собственных доходов. Лишь небольшой процент из них подрабатывает. Их интерес к финансовой и банковской сфере еще достаточно низкий. Как показали данные, не более трех процентов из них активно заинтересованы в финансовой и банковской информации. Четверть среди них (25,9%) интересуются подобного рода информацией время от времени. Около половины в этой группе в принципе пассивны. Ниже приведен график распределения этих данных. На графике приведены ответы от 100% опрошенных молодых людей в группе 14-17 лет.

**ГРАФИК 4.1.1.**

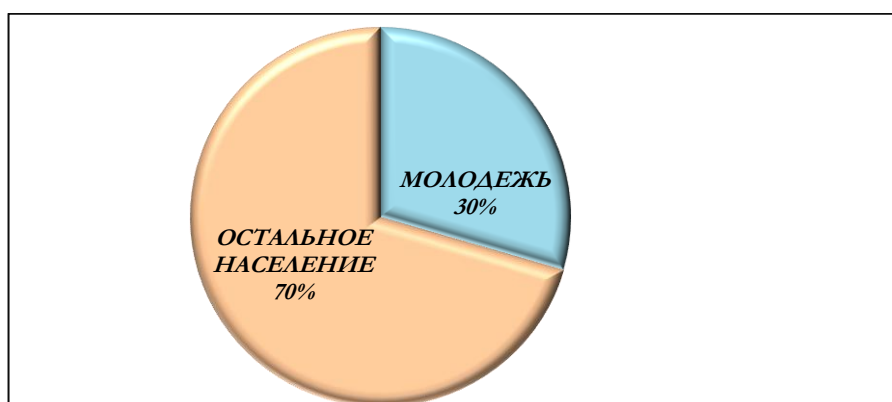


**18-26 лет.** Эту часть молодежи можно назвать более зрелой. Работает на данный момент в этой группе 73,9% респондентов. Чуть более 26% являются студентами ВУЗов. Достаточно высокий процент имеет уже собственные семьи, детей. Их интерес к финансовой информации несколько выше, чем у 14-17 летних, что вполне понятно.

Молодое население, учащиеся, студентов можно отнести к самым активным объектам Программы. На них проще воздействовать, их взгляды не столь консервативны, как у более взрослого поколения, они более обучаемы. Рассмотрим молодое поколение более подробно, изучим их портрет.

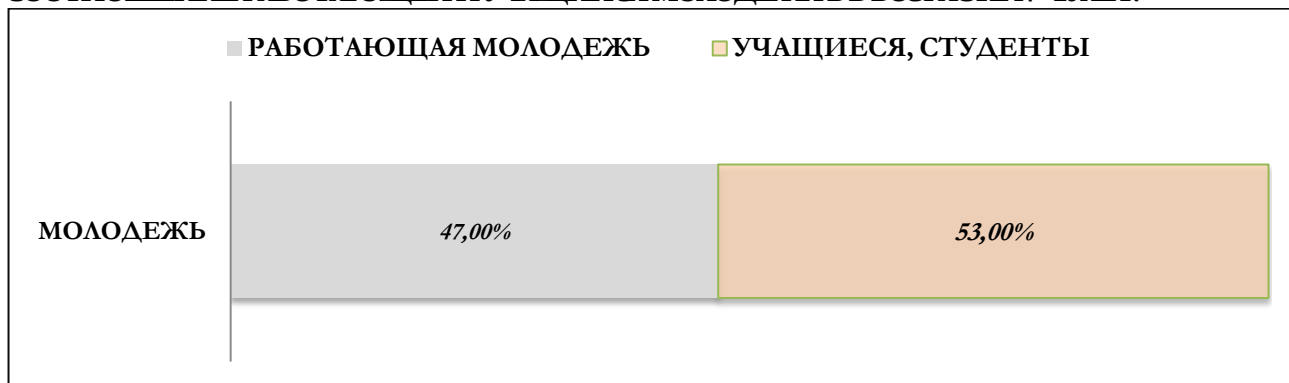
**ГРАФИК 4.1.2.**

**ДОЛЯ ГРУППЫ «МОЛОДЕЖЬ» В РАССМАТРИВАЕМОМ МАССИВЕ ДАННЫХ**



**ГРАФИК 4.1.2.**

**СООТНОШЕНИЕ РАБОТАЮЩЕЙ И УЧАЩИХСЯ МОЛОДЕЖИ В ВОЗРАСТЕ 14–26 ЛЕТ:**



**ТАБЛИЦА 4.1.3.**

В следующей таблице представлены сферы, в которых работает молодежь. Данные приведены от 100% молодежи 14-26 лет.

<b>Сфера деятельности</b>	<b>%</b>
РАБОТНИК БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЫ	4,1
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ, МУНИЦИПАЛЬНЫЙ СЛУЖАЩИЙ	3,4
РАБОЧИЙ	7,1
ВОЕННОСЛУЖАЩИЙ, РАБОТНИК ПОЛИЦИИ	1,7
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ	1,4
НАЕМНЫЙ РАБОТНИК В ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ (ОФИСНЫЙ РАБОТНИК, РУКОВОДЯЩЕЕ ЗВЕНО)	5,4
НАЕМНЫЙ РАБОТНИК В ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ (СФЕРА УСЛУГ, ОБСЛУЖИВАНИЯ)	14,2
ДОМАШНЯЯ ХОЗЯЙКА	4,7
ВРЕМЕННО БЕЗРАБОТНЫЙ, ИЩУ РАБОТУ	4,4
ВРЕМЕННО БЕЗРАБОТНЫЙ, НЕ ИЩУ РАБОТУ	0,3
СТУДЕНТ, УЧАЩИЙСЯ	53,0

Уровень доходов. Вопрос ориентирован на выявление субъективных оценок уровня жизни своей семьи молодыми людьми. Как видно из данных, молодое население в основном оценивает свой уровень дохода как «средний» и «средний +». Что вполне объяснимо – сложности ведения семейного бюджета, самостоятельных заработков и пр. коснулись только трети молодого населения. Во многом пока молодые люди полагаются на помощь со стороны родственников.

**ТАБЛИЦА 4.1.4.**

	<b>ГРУППА</b>	<b>%</b>
<b>УРОВЕНЬ ДОХОДОВ РЕСПОНДЕНТА</b>	<b>ОЧЕНЬ НИЗКИЙ</b>	<b>2,0</b>
	<b>НИЗКИЙ</b>	<b>15,9</b>
	<b>СРЕДНИЙ</b>	<b>51,5</b>
	<b>СРЕДНИЙ+</b>	<b>25,8</b>
	<b>ВЫСОКИЙ</b>	<b>1,7</b>
	<b>ОТКАЗ ОТ ОТВЕТА/ЗАТРУДНЯЮСЬ</b>	<b>3,1</b>

Рассмотрим далее сберегательные стратегии молодежи, их осведомленность о банковских, страховых продуктах.



**ТАБЛИЦА 4.1.5.****КАК ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) ОБЫЧНО РАСПОРЯЖАЕТЕСЬ ДОХОДАМИ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ? (ОДИН ОТВЕТ)**

СТРАТЕГИИ СБЕРЕЖЕНИЯ	МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ, %	14-17 ЛЕТ, %	18-26 ЛЕТ, %
СНАЧАЛА СТАРАЮСЬ ЧТО-ТО ОТЛОЖИТЬ, А ОСТАЛЬНОЕ ТРАЧУ НА ТЕКУЩИЕ НУЖД	24,0	26,8	22,3
ТРАЧУ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ, А ЧТО ОСТАЕТСЯ - ОТКЛАДЫВАЮ	33,4	29,5	35,9
ТРАЧУ ВСЕ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ И НИЧЕГО НЕ ОТКЛАДЫВАЮ	29,1	22,3	33,2
ДОСТАТОЧНО СВОБОДНО РАСПОРЯЖАЮСЬ ДЕНЬГАМИ, И ТРАЧУ, И ОТКЛАДЫВАЮ	11,5	16,1	8,7
ЗАТРУДНЯЮСЬ	2,0	5,4	0,0

Четвертая часть молодых респондентов сначала откладывает, а потом тратит деньги на текущие нужды. Что интересно, среди самых молодых (14-17 лет) число таких респондентов выше, почти на 5%. Возможно это связано с тем, что более взрослые респонденты работают, имеют семьи и не всегда могут что-то откладывать. Таким образом, 18-26 летние преобладают в числе тех, кто сначала тратит, а потом откладывает, а также тех, кто тратит все свои деньги, ничего не откладывая. Если посмотреть в целом, то можно сделать вывод, что почти 70% всей молодежи так или иначе делает сбережения и являются потенциальными пользователями банковских, страховых услуг.

Посмотрим, как формируется бюджет в семьях опрошенных респондентов.





ТАБЛИЦА 4.1.6.

СКАЖИТЕ, ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ СВОЙ БЮДЖЕТ (СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ)? (ОДИН ОТВЕТ)

ПЛАНИРОВАНИЕ БЮДЖЕТА	МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ, %	14-17 ЛЕТ, %	18-26 ЛЕТ, %
ДА, Я САМ (А) ВЕДУ СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ	22,6	13,4	28,3
ПЛАНИРУЮ СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ ВМЕСТЕ С СЕМЬЕЙ	39,2	21,4	50,0
ЛИЧНО НЕ ЗАНИМАЮСЬ ПЛАНИРОВАНИЕМ БЮДЖЕТА, ЗАНИМАЕТСЯ СЕМЬЯ	32,4	59,8	15,8
НЕ ПЛАНИРУЮ СВОЙ БЮДЖЕТ, СЧИТАЮ ЭТО НЕНУЖНЫМ	4,4	4,5	4,3
ДРУГОЕ	0,3	0,0	0,5
ЗАТРУДНЯЮСЬ	1,0	0,9	1,1

Очень интересные данные получились в разрезе двух групп молодежи. Среди жителей 14-17 лет 13,4% опрошенных самостоятельно планируют семейный бюджет. Мы предполагаем, что основной % среди этих респондентов занимают студенты, которые живут в общежитиях, а также те, кто скорее всего подразумевал под семейным бюджетом свои личные свободные деньги. Более половины из 14-17 летних не касаются вопросов семейного бюджета, что вполне понятно.

Среди 18-26 летних респондентов почти 80% планируют бюджет самостоятельно или совместно со своей семьей. Наибольший процент среди них занимают работающие респонденты, а также те, кто имеют собственные семьи. Около 16% лично не занимаются планирование бюджета. Мы предполагаем, что это в основном студенты или молодые люди имеющие заработок, но проживающие с родителями.

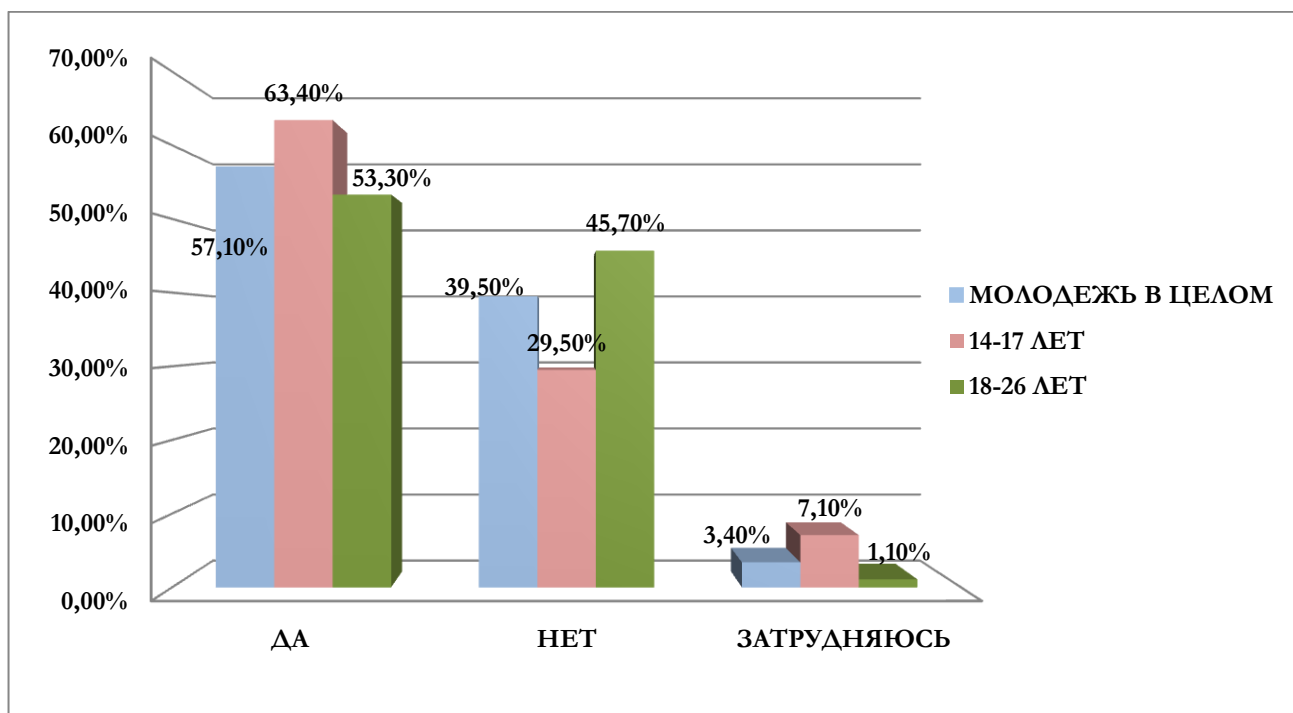
39,5% молодых людей не делает сегодня накоплений. Причем больше таких среди 18-26 летних. Что в принципе и подтверждается предыдущими данными. Эти возрастные группы меньше откладывают, а больше тратят на текущие нужды. С возрастом растут и потребности. Эта группа молодых людей имеет большой потенциал для пересмотра своего сберегательного поведения под влиянием жизненного опыта или других внешних факторов, таких, например, как



планируемая Программа. Однако здесь есть небольшой нюанс. В своем большинстве молодые граждане не откладывают деньги, так как не имеют достаточного количества денег для этого. Данные отражены в следующей таблице – «ПРИЧИНЫ, ПО КОТОРЫМ НЕ ДЕЛАЮТСЯ СБЕРЕЖЕНИЯ». Около 7% не видят реально надежных сберегательных инструментов, чуть более 3% считают, что откладывать невыгодно. Этот сегмент молодого поколения очень важен и интересен для Программы повышения финансовой грамотности населения, как наиболее активные потенциальные вкладчики в те или иные финансовые продукты.

**ГРАФИК 4.1.7.**

**СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ЕСТЬ ЛИ В ВАШЕЙ СЕМЬЕ СЕЙЧАС СБЕРЕЖЕНИЯ, НАКОПЛЕНИЯ? ПОД СБЕРЕЖЕНИЯМИ МЫ ПОНИМАЕМ ВКЛАДЫ В БАНКАХ, НАКОПИТЕЛЬНЫЕ СТРАХОВЫЕ ПОЛИСЫ, АКЦИИ, НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ И ПР., КОТОРЫЕ ВЫ ОТКЛАДЫВАЕТЕ (НЕ ТРАТИТЕ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ)**

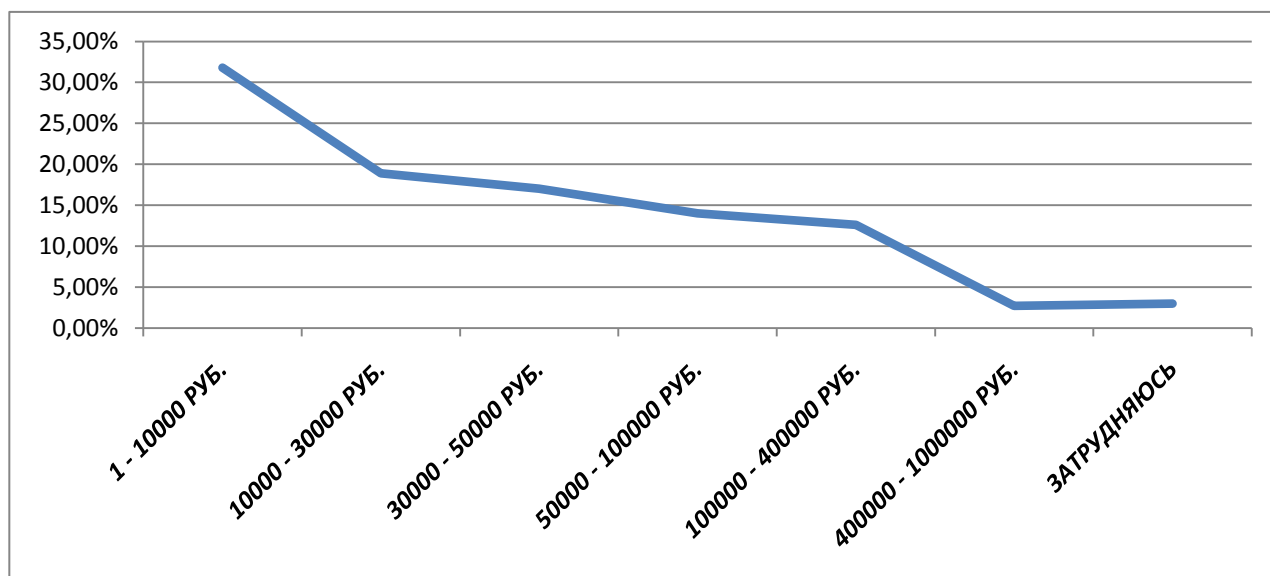


**ТАБЛИЦА 4.1.8.****ПРИЧИНЫ, ПО КОТОРЫМ НЕ ДЕЛАЮТСЯ СБЕРЕЖЕНИЯ.**

ОТКАЗ ОТ СБЕРЕЖЕНИЙ	МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ, %	14-17 ЛЕТ, %	18-26 ЛЕТ, %
НЕТ ДЕНЕГ, ЧТОБЫ ДЕЛАТЬ СБЕРЕЖЕНИЯ	77,7	80,6	76,5
СБЕРЕЖЕНИЯ ДЕЛАТЬ НЕВЫГОДНО	2,7	3,2	3,7
НЕТ НАДЕЖНЫХ СПОСОБОВ ХРАНЕНИЯ СБЕРЕЖЕНИЙ, СЛИШКОМ ВЕЛИК РИСК	6,3	6,5	7,4
В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ЛУЧШЕ ТРАТИТЬ ДЕНЬГИ, ЧЕМ ИХ КОПИТЬ	5,4	9,7	4,9
У МЕНЯ УЖЕ ДОСТАТОЧНО СБЕРЕЖЕНИЙ, ЧТОБЫ ПОКРЫТЬ БУДУЩИЕ РАСХОДЫ	3,6	0,0	4,9
ДРУГОЕ	1,8	0,0	2,5
ЗАТРУДНЯЮСЬ	2,7	9,7	0,0

**ГРАФИК 4.1.9**

**СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКУЮ МИНИМАЛЬНУЮ СУММУ ДЕНЕГ МОЖНО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НАЗВАТЬ СБЕРЕЖЕНИЯМИ? (ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС)**  
**НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ДАННЫЕ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ В ЦЕЛОМ**



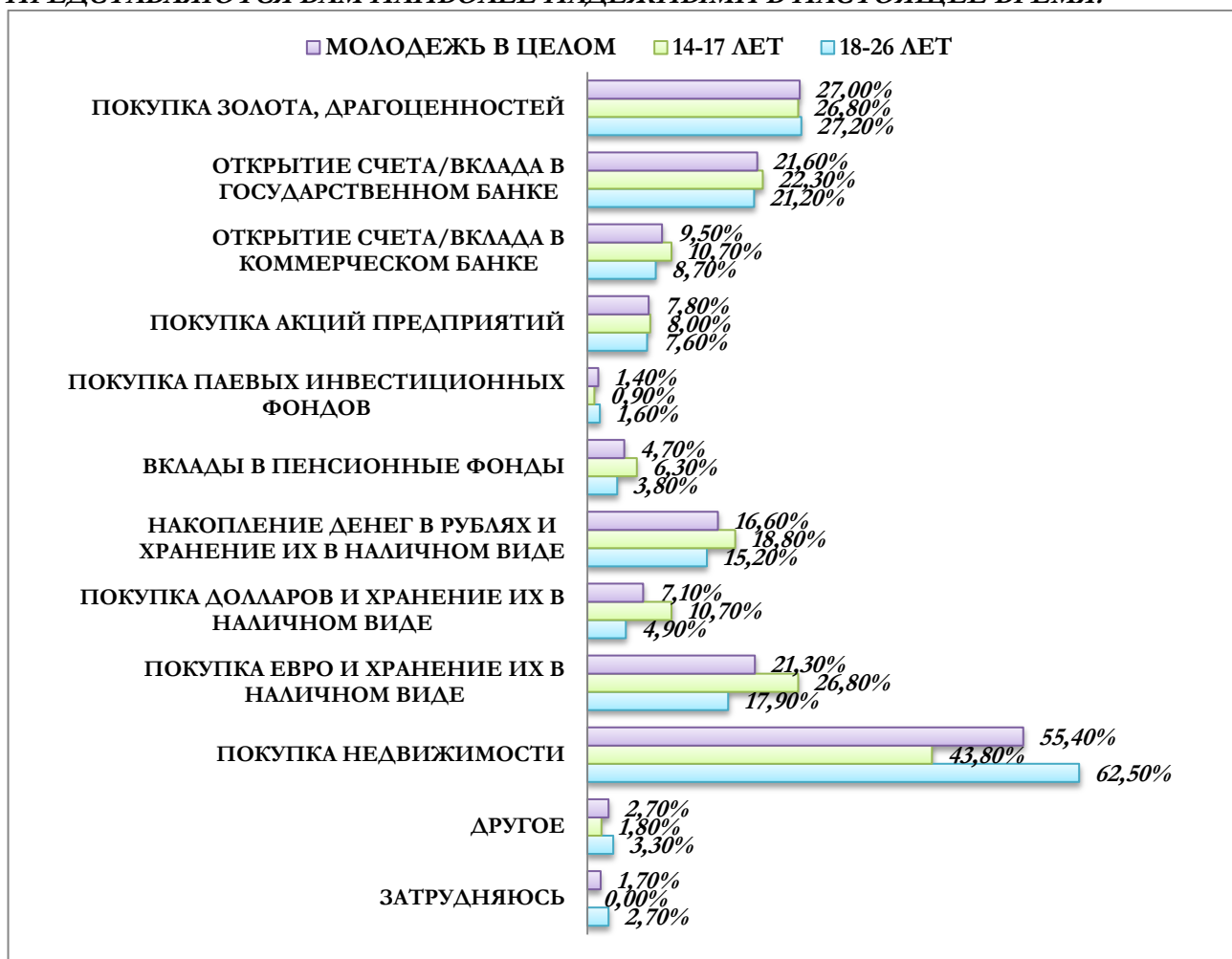
Большинство опрошенных молодых людей считают минимальной суммой сбережений от 1 до 10000 рублей.



Мнения молодежи по поводу надежных способов сбережений в целом созвучны с общими данными. Большинство отмечают недвижимость. Это 55,4%. Причем большинство среди этих респондентов 18-26 летних, что вполне объяснимо. Следующие по надежности способы – покупка золота, драгоценностей, хранение наличными в евро. Вложение в банковские продукты менее популярно – также общая тенденция калининградцев любого возраста. В основном это открытие счетов и вкладов в российских банках. Значительно меньше молодое население региона доверяет вкладам в коммерческие банки, хотя их процент, как на региональном, так и российском рынке очень высокий. Очень низкий процент доверия вызывают ПИФы, акции и облигации предприятий, вклады в пенсионные фонды. Эта тенденция объяснима. В целом можно сказать, что наибольший процент молодого поколения не имеет глубокого представления о финансовых инструментах. С одной стороны сказывается молодой возраст, а с другой отсутствие достаточной финансовой грамотности.

**ГРАФИК 4.1.10**

**КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ НИЖЕ СПОСОБОВ ВЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ВАМ НАИБОЛЕЕ НАДЕЖНЫМИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?**



38,9% респондентов готовы положить свободные деньги в банк под процент. Еще 17,2% отложит деньги «про запас» на непредвиденные расходы. Больше среди таких респондентов молодых людей 18-26 лет. Учащиеся школ часто отмечали, что потратят деньги сразу на те или иные нужды, например, на отдых, развлечения, либо какие-то домашние покупки. В целом это пласт людей, которым необходимо оказывать поддержку в формировании представления о возможности наиболее рационально формировать свой бюджет в будущем, учиться работать с финансовыми продуктами, предлагаемыми банковским и страховым рынками.

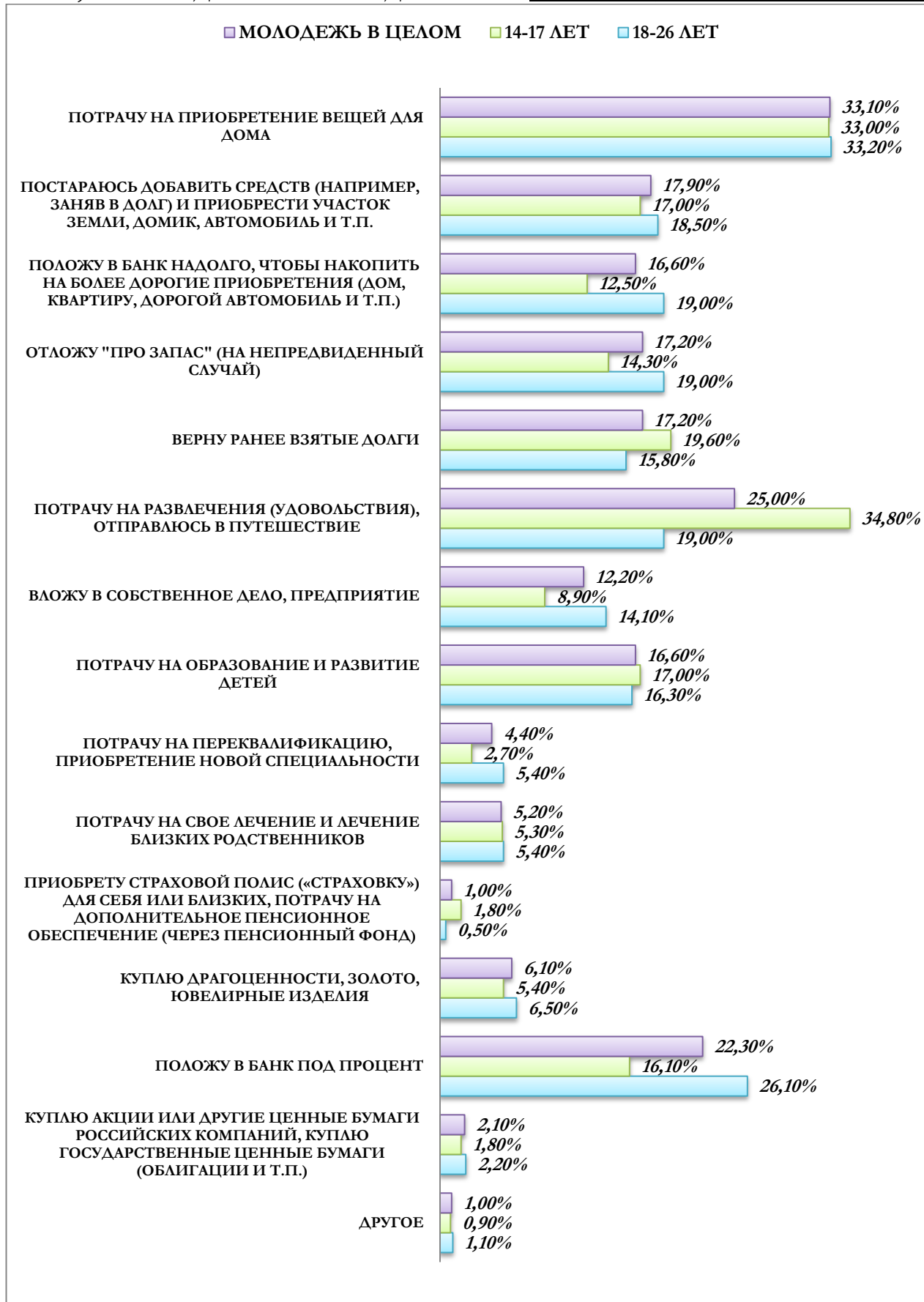
Следующие вопросы будут касаться того, какими финансовыми инструментами пользуются молодые респонденты, какими планируют воспользоваться в будущем.

Как уже говорилось выше, молодежь региона достаточно осторожно относится к банковским и страховым продуктам. Во-первых, они не имеют достаточного представления о них, о выгоде и рисках, связанных с ними. Во-вторых, в силу возрастных особенностей мысли о накоплениях, о выгодном вложении свободных денег возникают не так часто, как у более взрослых людей. Но мы можем предложить, что сейчас интерес к финансовым инструментам будет расти по ряду причин. В их числе наиболее активное развитие Интернета, появление на ТВ специализированных каналов и телепередач, а также воздействие других СМИ. Однако необходимо учитывать, что этот интерес необходимо стимулировать со стороны, как государства, так и бизнес-структур. Мы видим, что у молодых людей еще нет достаточного понимания того, как надо оптимально формировать свой бюджет, как распоряжаться свободными деньгами, чтобы в тяжелой жизненной ситуации была возможность чувствовать финансовую подпитку не только от дохода в виде заработной платы, но и от накоплений, сбережений.



## ГРАФИК 4.1.11.

**ПРЕДПОЛОЖИМ, ЧТО ДОПОЛНИТЕЛЬНО К СВОЕМУ ОБЫЧНОМУ ДОХОДУ ВЫ ПОЛУЧИЛИ ДЕНЕЖНУЮ СУММУ В РАЗМЕРЕ 100 ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ. КАК ВЫ, СКОРЕЕ ВСЕГО, РАСПОРЯДИТЕСЬ ЭТИМИ ДЕНЬГАМИ? КАРТОЧКА 2. ДО 3 ВАРИАНТОВ ОТВЕТА**



**СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ВЫ ЛИЧНО ПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ ДВУХ МЕСЯЦЕВ?**

Как показывают данные, наиболее активно молодежь обеих групп использует, условно говоря, «навязанным» ВУЗами, работодателями банковский продукт – пластиковую карту для получения заработной платы, стипендии. Это более трети от числа опрошенных молодых респондентов. Второе и третье место занимают потребительский кредит и денежные переводы соответственно. При этом, как и ожидалось, наиболее активны в использовании этих финансовых продуктов – 18-26 летние. Самые молодые жители региона (14-17 лет) чаще отмечали автокредитование и ипотечный кредит. Мы понимаем, что данные кредиты (как и потребительский) не доступны для этой группы лиц, но мы предполагаем, что в этом ответе они говорили и о тех продуктах, которыми пользуется их семья (родители, старшие братья, сестры). По нашим данным инвестиционные услуги не назвал ни один молодой респондент. Это говорит о том, что процент таких молодых людей очень низкий.

ТАБЛИЦА 4.1.12.

ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ	МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ, %	14-17 ЛЕТ, %	18-26 ЛЕТ, %
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ	16,6	13,4	18,5
ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ	1,0	2,7	-
АВТОКРЕДИТ	1,7	1,8	1,6
ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАРПЛАТЫ, СТИПЕНДИИ	39,9	29,5	46,2
ОФОРМЛЕННАЯ ЛИЧНО ВАМИ ДЕБЕТОВАЯ КАРТА	5,4	1,8	7,6
ОФОРМЛЕННАЯ ВАМИ ЛИЧНО КРЕДИТНАЯ КАРТА	4,7	3,6	5,4
СРОЧНЫЙ ВКЛАД В БАНКЕ	3,0	0,9	4,3
ТЕКУЩИЙ СЧЕТ, ВКЛАД «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ»	1,0	-	1,6
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ	-	-	-
СТРАХОВАНИЕ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОМС)	3,7	2,7	4,3
УСЛУГИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ	0,7	0,9	0,5
ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ	11,8	4,5	16,3
БАНКОВСКИЕ ЯЧЕЙКИ	0,3	-	0,5
ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ	6,4	6,3	6,5
НИЧЕГО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО	28,4	39,3	21,7
ЗАТРУДНЯЮСЬ	9,8	8,0	10,9



ТАБЛИЦА 4.1.13

## О КАКИХ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ ВЫ БЫ ХОТЕЛИ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ?

ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ	МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ, %	14-17 ЛЕТ, %	18-26 ЛЕТ, %
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ	11,5	8,9	13,0
ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ	12,5	6,3	16,3
АВТОКРЕДИТ	11,5	10,7	12,0
ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАРПЛАТЫ, СТИПЕНДИИ	3,0	2,7	3,3
ОФОРМЛЕННАЯ ЛИЧНО ВАМИ ДЕБЕТОВАЯ КАРТА	4,4	6,3	3,3
ОФОРМЛЕННАЯ ВАМИ ЛИЧНО КРЕДИТНАЯ КАРТА	2,4	3,6	1,6
СРОЧНЫЙ ВКЛАД В БАНКЕ	2,7	1,8	3,3
ТЕКУЩИЙ СЧЕТ, ВКЛАД «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ»	3,0	3,6	2,7
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ	6,1	6,3	6,0
СТРАХОВАНИЕ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОМС)	5,7	7,1	4,9
УСЛУГИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ	4,4	5,4	3,8
ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ	2,4	3,6	1,6
БАНКОВСКИЕ ЯЧЕЙКИ	6,4	9,8	4,3
ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ	10,1	10,7	9,8
НИЧЕГО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО	42,2	42,0	42,4
ЗАТРУДНЯЮСЬ	11,1	11,6	10,9

Более 50% молодежи региона проявляет заинтересованность в информации относительно тех или иных банковских продуктов. Основной процент составляют кредитные продукты банков – потребительский кредит, автокредитование, ипотека. Далее по популярности идет Интернет-банкинг. В принципе данная услуга становится все более востребованной в связи с развитием интернет шопинга, оплаты кредитов, коммунальных платежей и прочее через Интернет. Поэтому и молодежь сейчас проявляет достаточно активный интерес. Информация о накопительных и сберегательных инструментах востребована не достаточно сильно.





Наибольшим потенциалом в ближайшее время среди молодежи обладают кредитные продукты, а также денежные переводы. Планирует ими воспользоваться от 4 до 7% молодых респондентов, проживающих в регионе.

ТАБЛИЦА 4.1.14.

КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ УСЛУГ ВЫ СЕЙЧАС НЕ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ, НО ПЛАНИРУЕТЕ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ В БЛИЖАЙШИЕ ШЕСТЬ МЕСЯЦЕВ?

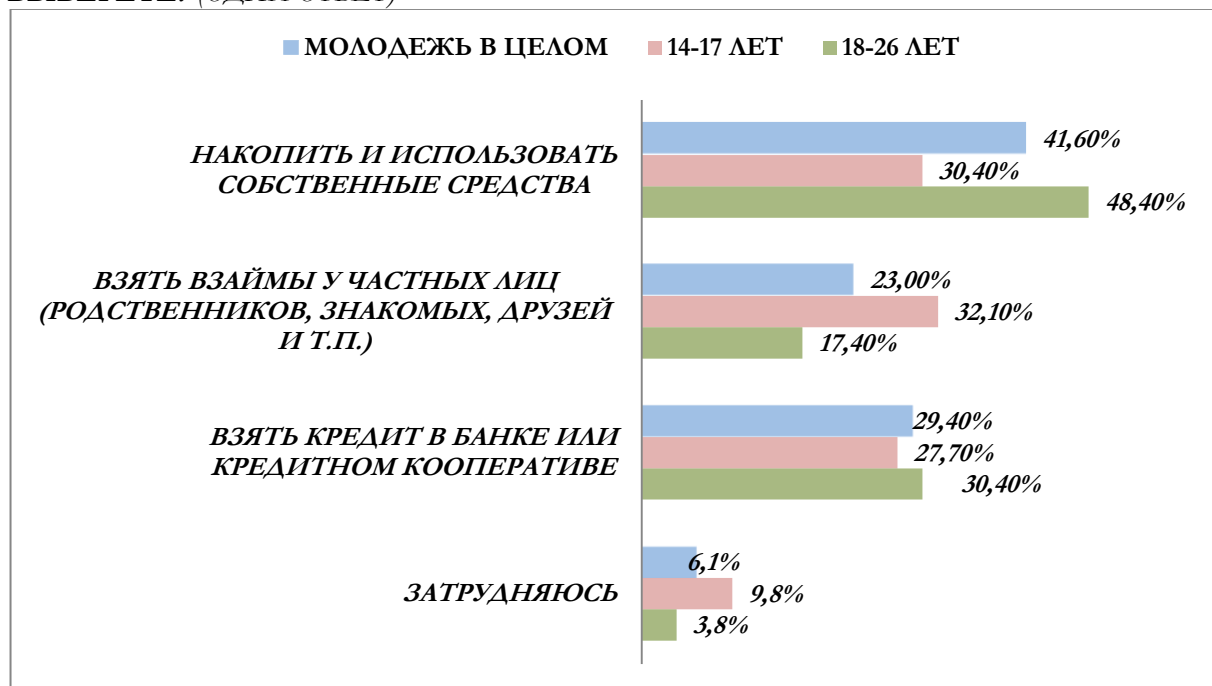
ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ	МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ, %	14-17 ЛЕТ, %	18-26 ЛЕТ, %
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ	5,7	4,5	6,5
ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ	4,7	2,7	6,0
АВТОКРЕДИТ	6,8	6,3	7,1
ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАРПЛАТЫ, СТИПЕНДИИ	6,4	5,4	7,1
ОФОРМЛЕННАЯ ЛИЧНО ВАМИ ДЕБЕТОВАЯ КАРТА	0,7	0,9	0,5
ОФОРМЛЕННАЯ ВАМИ ЛИЧНО КРЕДИТНАЯ КАРТА	2,7	3,6	2,2
СРОЧНЫЙ ВКЛАД В БАНКЕ	2,4	1,8	2,7
ТЕКУЩИЙ СЧЕТ, ВКЛАД «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ»	1,0	0,9	1,1
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ	-	-	-
СТРАХОВАНИЕ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОМС)	1,7	0,9	2,2
УСЛУГИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ	1,0	0,9	1,6
ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ	6,8	6,3	7,1
БАНКОВСКИЕ ЯЧЕЙКИ	0,7	-	1,1
ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ	4,4	1,8	6,0
НИЧЕГО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО	50,7	54,5	48,4
ЗАТРУДНЯЮСЬ	16,2	19,6	14,1



Более 40% в случае крупных трат предпочитают сначала накопить, а потом потратить. Взять кредит в рассматриваемой ситуации готовы около 30% молодых жителей региона. Причем разница между двумя рассматриваемыми группами невелика. Данные варьируются в пределах статистической ошибки. К накопительной стратегии в данной ситуации склонны более взрослые респонденты - 18-26 лет. Почти половина из них предпочитают накопить, а потом сделать необходимые финансовые затраты. Они комментируют ситуацию следующим образом: «не привык брать в долг», «берешь чужие, отдаешь свои», не люблю быть никому обязанным» и пр. 14-17-летние заметно чаще рассматривают возможность занять у родственников или знакомых. Вот некоторые комментарии: «Всегда дадут», «не надо отдавать проценты», «они не устанавливают жесткие сроки» и пр. В целом мы можем говорить о том, что кредитные продукты – одни из самых востребованных. Однако стоит отметить, что не всегда молодежь учитывает риски при получении кредита. Хотя данная проблема характерна для всех возрастов и здесь очень большую роль играет недостаточная финансовая грамотность, не внимательность граждан. Это необходимо учитывать в Программе и кредитованию уделить большое внимание.

**ТАБЛИЦА 4.1.15.**

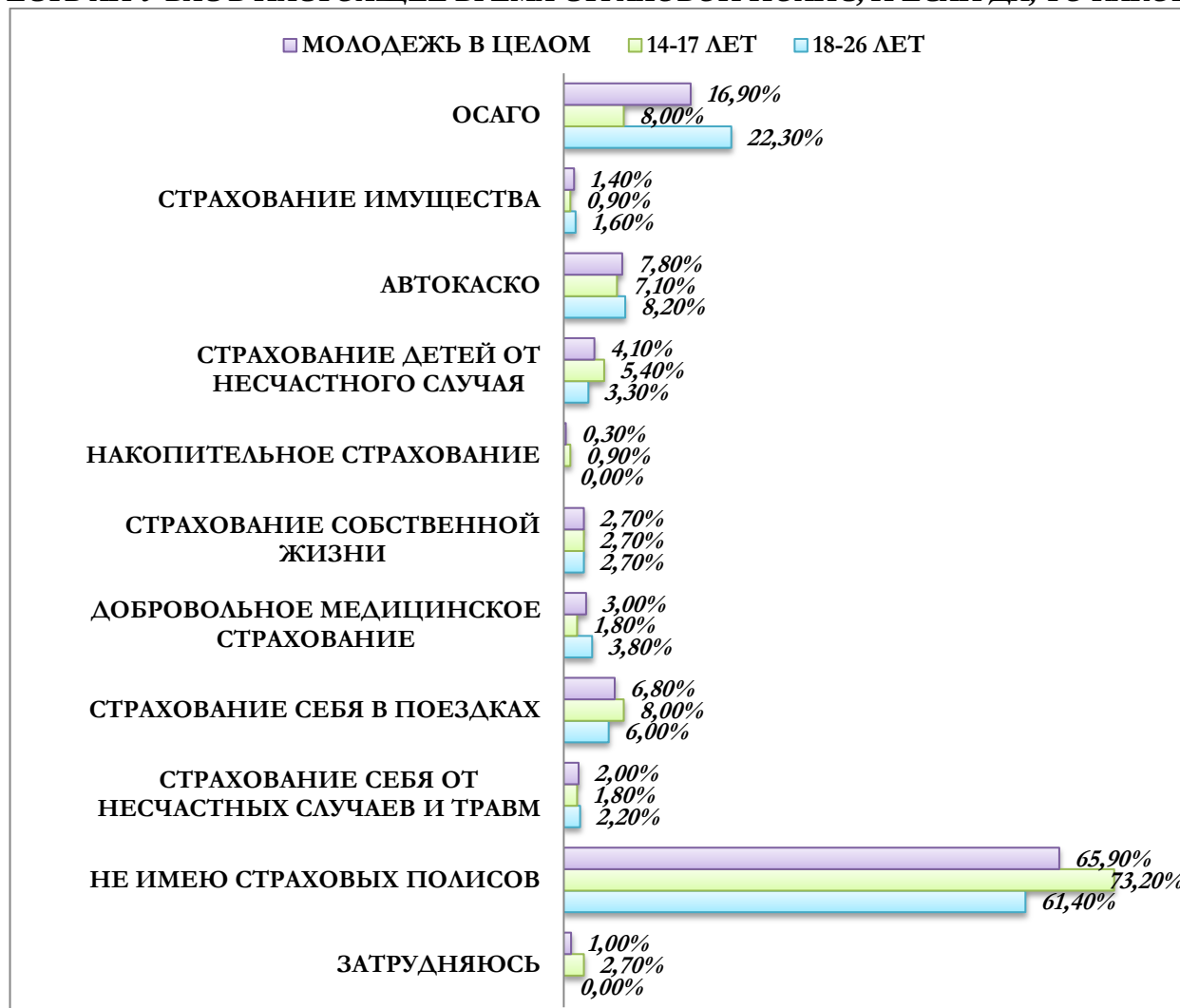
**ПРЕДПОЛОЖИМ, ВАМ ПРЕДСТОЯТ КРУПНЫЕ МАТЕРИАЛЬНЫЕ ТРАТЫ. ЧТО ВЫ ВЫБЕРЕТЕ? (ОДИН ОТВЕТ)**



Страхование не является популярным продуктом среди молодежи. Если бы не ОСАГО (как обязательный вид страховки), то процент «не пользования» страховыми продуктами составил бы 85%. Однако именно ОСАГО можно рассматривать как первую ступень к знакомству с целями и принципами страхования, этот первый опыт очень важен. В какой-то степени наиболее востребованными (из числа необязательных видов страхования) являются АВТОКАСКО и страхование жизни и здоровья в поездках за рубеж (хотя и этот вид страхования можно только условно назвать добровольным). В принципе страхование является не способом заработать или приумножить свои доходы (кроме накопительного страхования), но на наш взгляд, являются важным продуктом для людей. Но знания в области страхования у молодежи очень низкие. Невысокий процент имеет привычку страховать свою жизнь, жизнь близких людей, или, скажем страховать имущество – квартиры, участки и прочее.

**ГРАФИК 4.1.16**

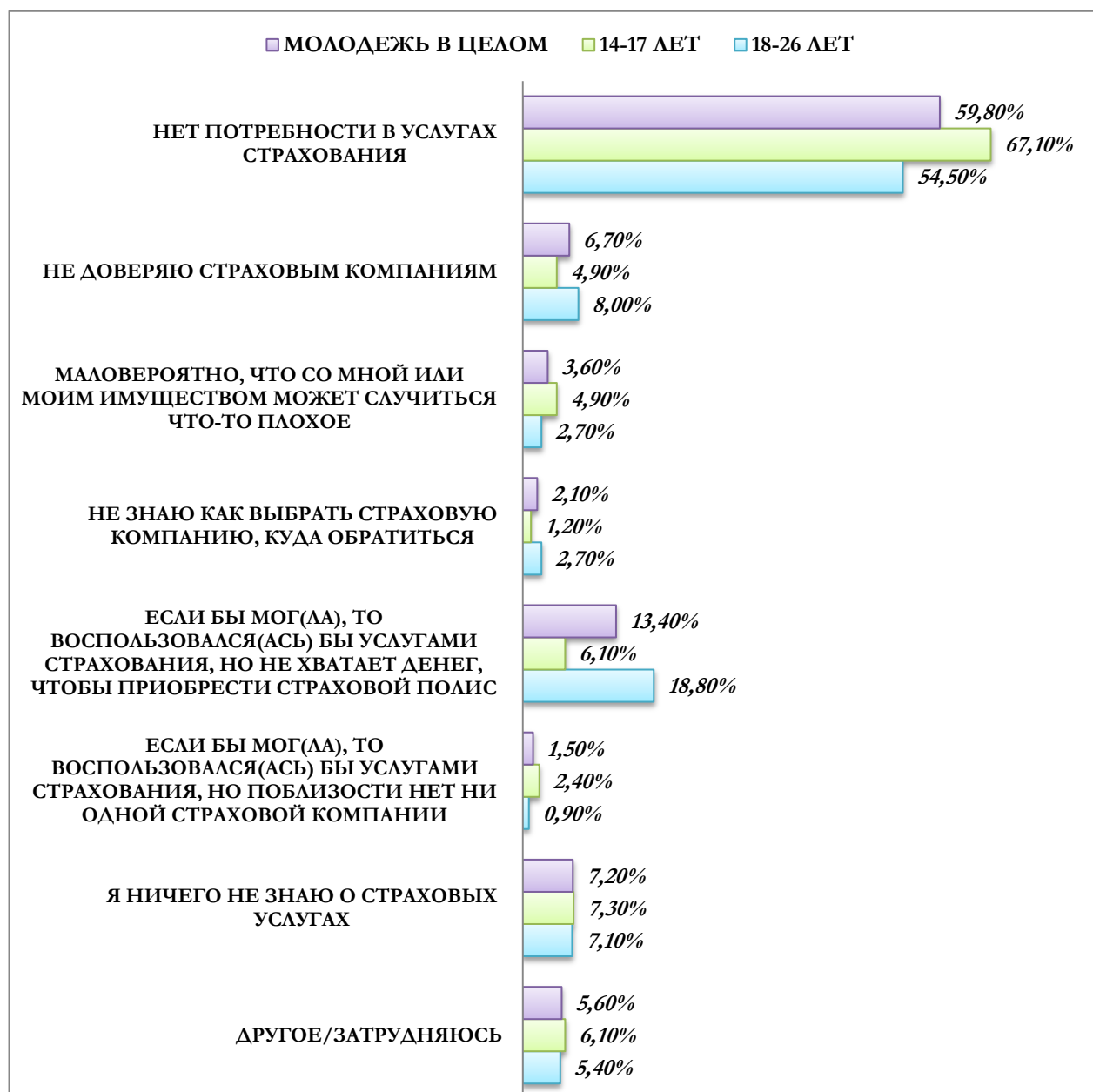
**ЕСТЬ ЛИ У ВАС В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ СТРАХОВОЙ ПОЛИС, И ЕСЛИ ДА, ТО КАКОЙ?**



Следующий вопрос задавался тем, кто не имеет страховых полисов. Около 60% не видят потребности в страховании. Восьмая часть молодого населения приобрела бы полисы, если бы имела финансовую возможность. Это люди, как и те, что назвали остальные причины, имеют большой потенциал, так как они не отметили, что им не нужны страховые продукты, а лишь назвали такие причины, как – недоверие, не владение информацией об услугах и компаниях и прочее.

**ГРАФИК 4.1.17**

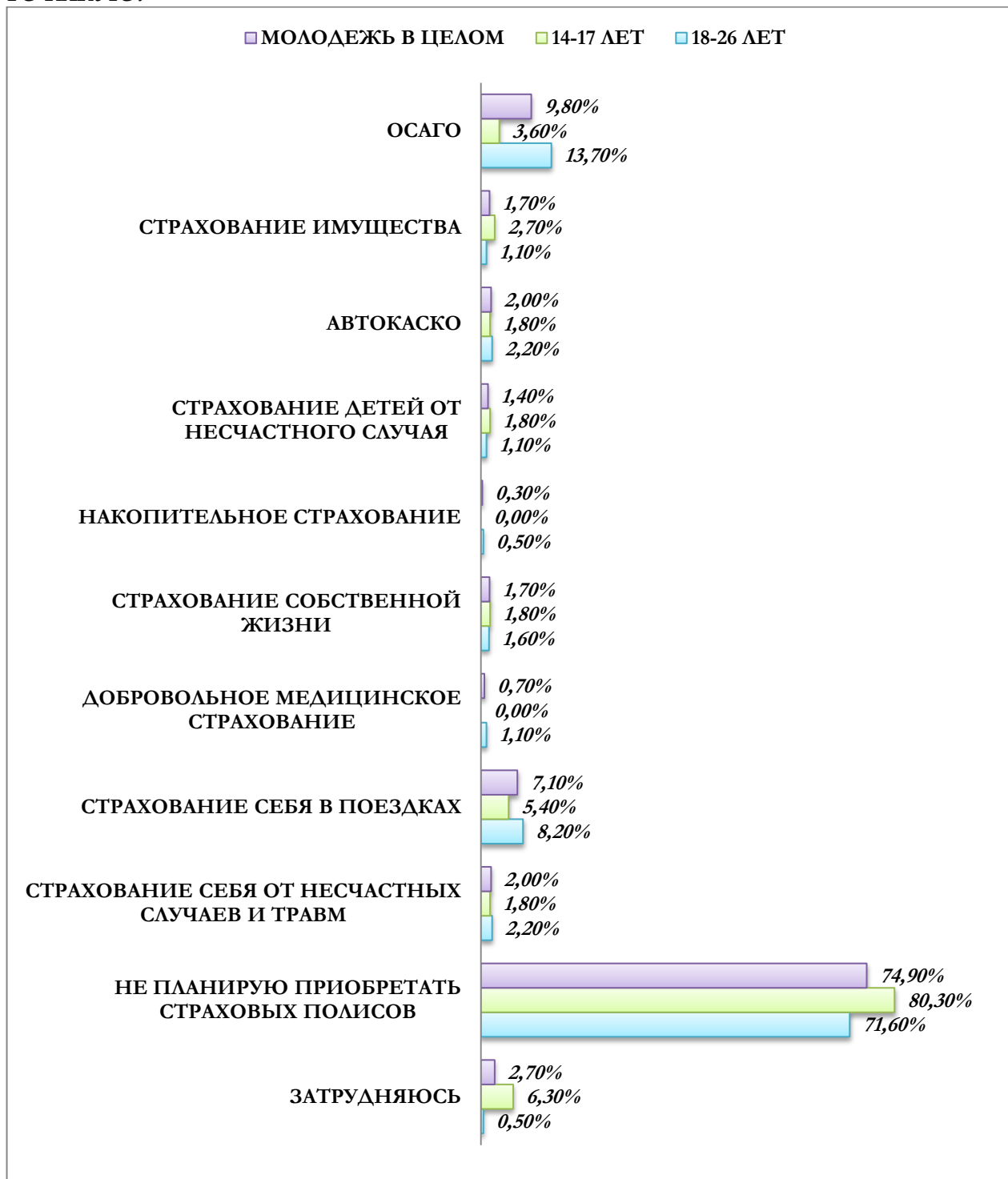
**КАКОВА ГЛАВНАЯ ПРИЧИНА, ПО КОТОРОЙ ВЫ СЕЙЧАС НЕ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ НИКАКИМИ ПЛАТНЫМИ СТРАХОВЫМИ УСЛУГАМИ?**



Наиболее востребованы в ближайшем будущем среди молодежи будут полисы ОСАГО и страхование себя в поездках.

**ГРАФИК 4.1.18**

**СОБИРАЕТЕСЬ ЛИ ВЫ В БЛИЖАЙШИЙ ГОД ПРИОБРЕСТИ СТРАХОВКУ, И ЕСЛИ ДА, ТО КАКУЮ?**



**ПОСЛЕ НАСТУПЛЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА ВЫ РАССЧИТЫВАЕТЕ КРОМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПЕНСИИ НА КАКИЕ-ЛИБО ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА?**

Основная часть молодых людей планирует работать после наступления пенсионного возраста. Пятая часть рассчитывает на помощь детей. 17,5% рассчитывают на свои сбережения. На сегодняшний день, таких респондентов больше среди 18-26 летних. Самый, пожалуй, главный аспект состоит в том, что на самостоятельные пенсионные накопления рассчитывает очень мало молодых людей. Несмотря на то, что более половины (57,1%) знает о том, что можно делать добровольные отчисления в НПФ, потенциально готовы воспользоваться ею только 4,7%. Прямая заинтересованность в информации о финансовых продуктах и услугах отмечена только у 40,8% молодых людей.

**ТАБЛИЦА 4.1.19**

<i>№П/П</i>		<b>МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ, %</b>	<b>14-17 ЛЕТ, %</b>	<b>18-26 ЛЕТ, %</b>
<i>1</i>	<i>ПРОДОЛЖУ РАБОТАТЬ</i>	<b>59,5</b>	<b>58,1</b>	<b>60,4</b>
<i>2</i>	<i>МОЙ МУЖ (ЖЕНА), СКОРЕЕ ВСЕГО, БУДЕТ РАБОТАТЬ</i>	<b>10,9</b>	<b>8,6</b>	<b>12,4</b>
<i>3</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОМОЩЬ СО СТОРОНЫ ДЕТЕЙ</i>	<b>17,5</b>	<b>19,0</b>	<b>16,6</b>
<i>4</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОМОЩЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ</i>	<b>0,7</b>	<b>1,0</b>	<b>0,6</b>
<i>5</i>	<i>СМОГУ СВЕСТИ КОНЦЫ С КОНЦАМИ ЗА СЧЕТ ПРОДУКТОВ, ВЫРАЩЕННЫХ СВОИМИ СИЛАМИ НА ДАЧЕ, В ПОДСОБНОМ ХОЗЯЙСТВЕ</i>	<b>4,4</b>	<b>1,9</b>	<b>5,9</b>
<i>6</i>	<i>ПЕРЕЕДУ В БОЛЕЕ МАЛЕНЬКУЮ КВАРТИРУ (ДОМ), А ПОЛУЧЕННУЮ РАЗНИЦУ БУДУ ПОСТЕПЕННО ТРАТИТЬ</i>	<b>1,1</b>	-	<b>1,8</b>
<i>7</i>	<i>ДОБАВКОЙ К ПЕНСИИ БУДУТ ДОХОДЫ ОТ СДАЧИ В АРЕНДУ НЕДВИЖИМОСТИ</i>	<b>5,5</b>	<b>1,0</b>	<b>8,3</b>
<i>8</i>	<i>БУДУ ЖИТЬ НА СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ</i>	<b>17,5</b>	<b>12,4</b>	<b>20,7</b>
<i>9</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ПЕНСИЮ ИЗ СИСТЕМЫ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО НАКОПЛЕНИЯ, В КОТОРУЮ СЕЙЧАС ДЕЛАЮ ПЛП СОБИРАЮСЬ ДЕЛАТЬ ОТЧИСЛЕНИЯ</i>	<b>4,7</b>	<b>1,9</b>	<b>6,5</b>
<i>10</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОЛУЧЕНИЕ НАСЛЕДСТВА</i>	<b>3,6</b>	<b>2,9</b>	<b>4,1</b>
<i>11</i>	<i>ПОКА ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ, БУДУ ДУМАТЬ, КОГДА ПРИДЕТ ЭТО ВРЕМЯ</i>	<b>25,5</b>	<b>33,3</b>	<b>20,7</b>
<i>99</i>	<i>ДРУГОЕ/НЕ МОГУ ОТВЕТИТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС</i>	<b>8,7</b>	<b>8,6</b>	<b>8,9</b>



ГРАФИК 4.1.20

**ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО ВЫ МОЖЕТЕ ДЕЛАТЬ ДОБРОВОЛЬНЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ ИЗ СВОИХ ЗАРАБОТКОВ В НЕГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕНСИОННЫЙ ФОНД, ЧТОБЫ ПОСЛЕ ВЫХОДА НА ПЕНСИЮ ПОЛУЧАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ НЕГОСУДАРСТВЕННУЮ ПЕНСИЮ?**

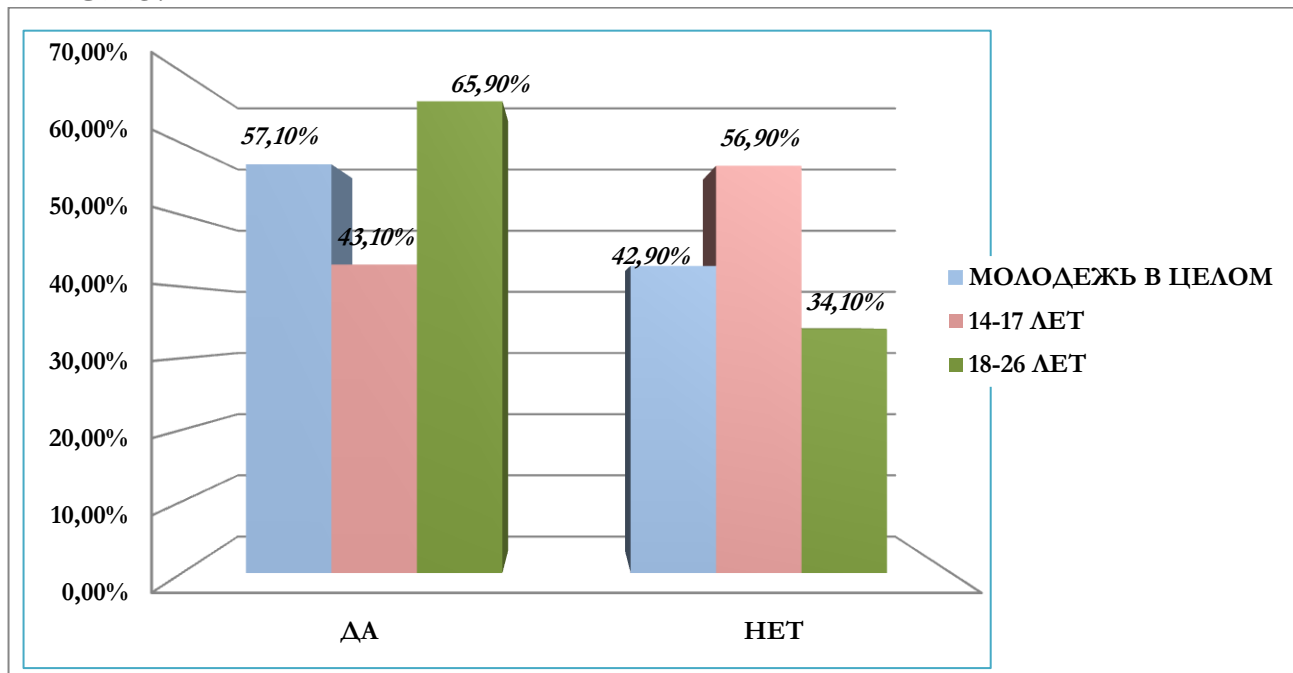
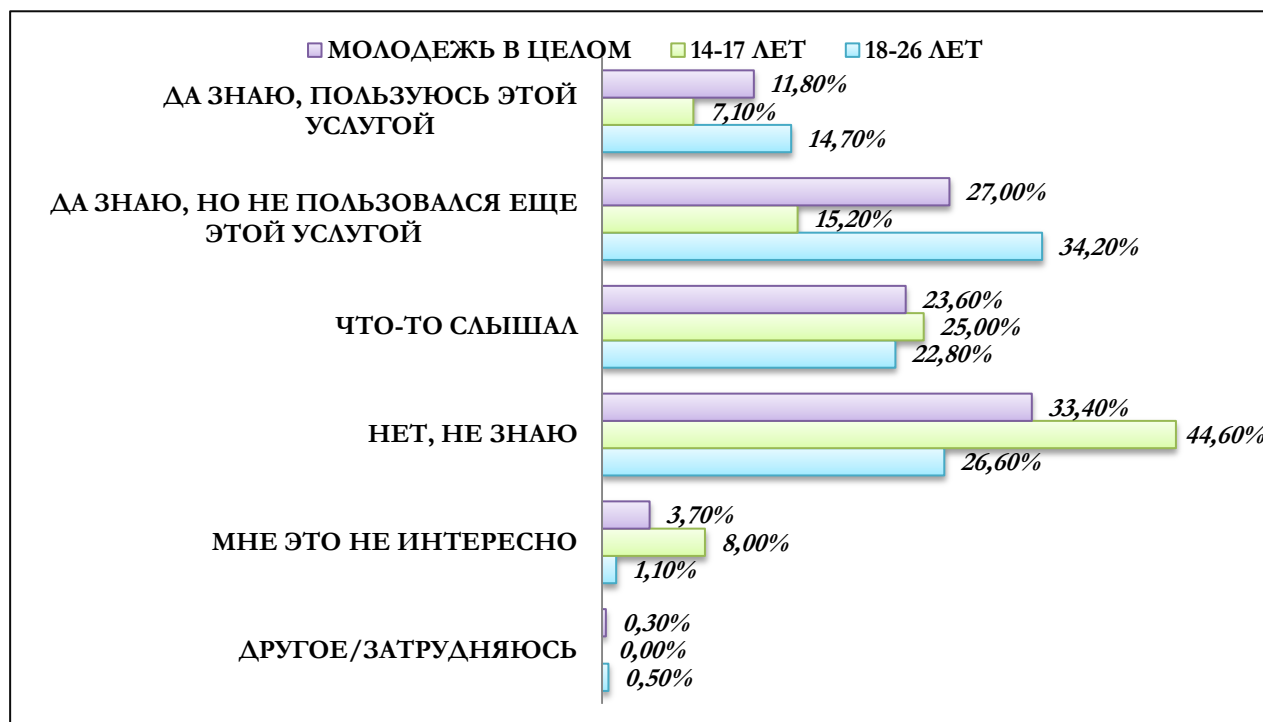


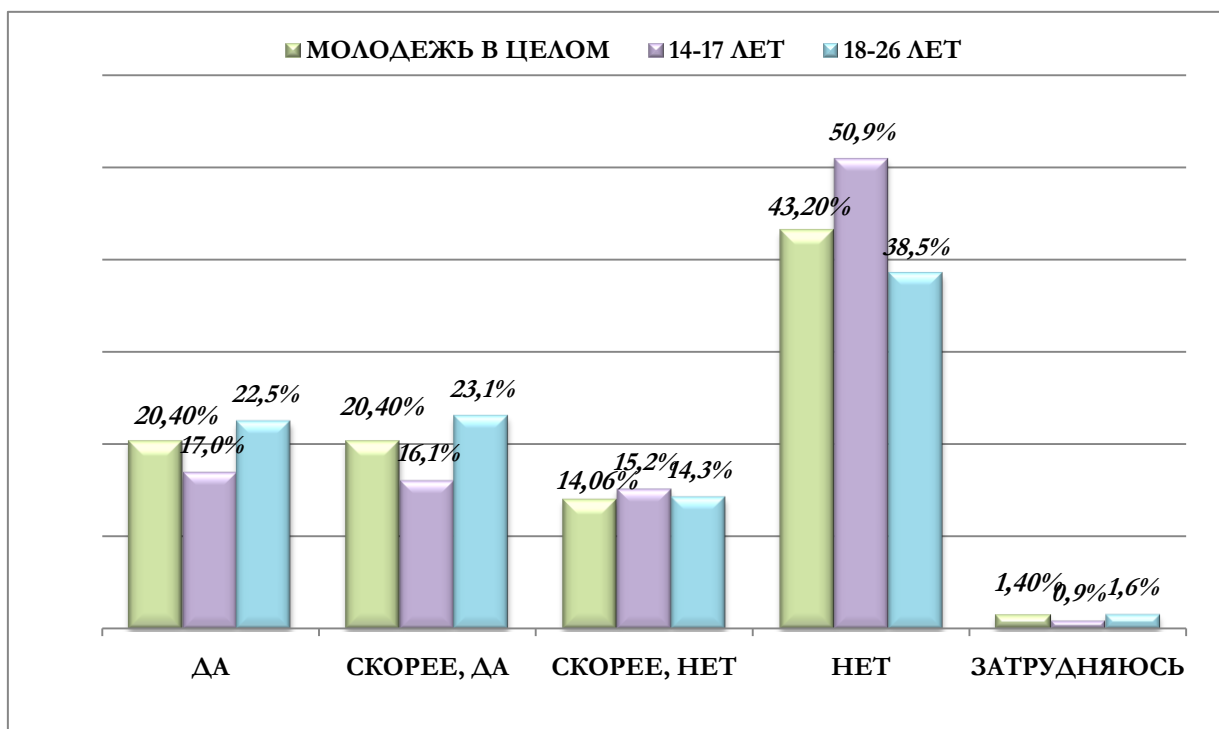
ГРАФИК 4.1.21

**ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО МОЖЕТЕ КОМПЕНСИРОВАТЬ ЧАСТЬ СВОИХ ТРАТ НА ОБРАЗОВАНИЕ, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ? (ОДИН ОТВЕТ)**



## ГРАФИК 4.1.22

**ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ЛИЧНЫМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ?**



40,8% молодых людей хотели бы получать больше информации об управлении личными финансами. Этим респондентам мы задавали вопрос: «**НИЖЕ ПРЕДСТАВЛЕН СПИСОК ТЕМ, КОТОРЫЕ ЗАТРАГИВАЮТ РАЗЛИЧНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИЧНЫМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ. СКАЖИТЕ, О ЧЕМ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ?**»

ТАБЛИЦА 4.1.23

№п/п		МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ	14-17 ЛЕТ	18-26 ЛЕТ
1	КАК СОСТАВЛЯТЬ ЛИЧНЫЙ БЮДЖЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ	27,9	23,8	20,3
2	К КАКИМ РЕЗУЛЬТАТАМ МОГУТ ПРИВЕСТИ ТЕ ИЛИ ДРУГИЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ	11,6	14,3	17,6
3	ГДЕ ИСКАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПРЕДЛАГАЕМЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ	20,9	23,8	9,5
4	ПО КАКИМ ПАРАМЕТРАМ НУЖНО СРАВНИВАТЬ УСЛУГИ, ПРЕДЛАГАЕМЫЕ БАНКАМИ, ПИФАМИ, ЧАСТНЫМИ ПЕНСИОННЫМИ ФОНДАМИ, СТРАХОВЫМИ КОМПАНИЯМИ	17,8	31,0	10,8





5	КУДА ОБРАТИТЬСЯ ЗА ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ	27,9	31,0	21,6
6	КАК СТАВИТЬ ФИНАНСОВЫЕ ЦЕЛИ	14,0	19,0	8,1
7	КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ЗАКОНЫ, ЗАЩИЩАЮЩИЕ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	36,4	42,9	24,3
8	НА КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ ПРИ ПОДПИСАНИИ ДОГОВОРОВ С БАНКАМИ И ДРУГИМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	24,8	28,6	24,3
9	КАКИМИ НАЛОГАМИ ОБЛАГАЮТСЯ РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ ДОХОДОВ ГРАЖДАН	30,2	28,6	28,4
10	КАК УСТРОЕНА ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА, И КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ СПОСОБЫ СБЕРЕЖЕНИЙ НА СТАРОСТЬ	10,1	14,3	21,6
11	ЧТО ТАКОЕ БАНКОВСКИЕ СЧЕТА И ВКЛАДЫ	6,2	7,1	9,5
12	ЧТО ТАКОЕ ИПОТЕКА	10,1	9,5	9,5
13	ЧТО ТАКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ	3,1	2,4	1,4
14	ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНАЯ КАРТА	1,6	2,4	2,7
15	ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНАЯ ИСТОРИЯ	3,1	7,1	1,4
16	ЧТО ТАКОЕ ПЛАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ	12,4	11,9	13,5
17	ЧТО ТАКОЕ НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ	7,0	4,8	12,2
18	ЧТО НУЖНО ДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ НЕ УВЯЗНУТЬ В ДОЛГАХ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ БАНКОВСКИМИ КРЕДИТАМИ	15,5	16,7	9,5
19	ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	19,4	19,0	20,3
20	КАК УСТРОЕН ФОНДОВЫЙ РЫНОК, И КАКИЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НА НЕМ СУЩЕСТВУЮТ	9,3	14,3	14,9
21	ЧТО ТАКОЕ СТРАХОВАНИЕ И КОГДА ИМ НУЖНО ПОЛЬЗОВАТЬСЯ	12,4	9,5	8,1
22	КАКИЕ РИСКИ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ СУЩЕСТВУЮТ И КАК ИМИ УПРАВЛЯТЬ	19,4	16,7	24,3
23	ИНТЕРЕСНЫ ВСЕ ТЕМЫ	0,8	-	2,7
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	6,2	11,9	12,2



ТАБЛИЦА 4.1.24

КАКИЕ СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ ОБ УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ДЛЯ ВАС НАИБОЛЕЕ УДОБНЫ?<sup>7</sup>

<i>ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ</i>	<i>МОЛОДЕЖЬ В ЦЕЛОМ, %</i>	<i>14-17 ЛЕТ, %</i>	<i>18-26 ЛЕТ, %</i>
<i>ПОСЕЩЕНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ БЕСПЛАТНЫХ КУРСОВ, ЛЕКЦИЙ</i>	11,1	11,6	10,9
<i>СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ</i>	47,3	44,6	48,9
<i>СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ</i>	38,5	31,3	42,9
<i>ВЫСТУПЛЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ</i>	6,8	7,1	6,5
<i>КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ С НЕЗАВИСИМОЙ СЛУЖБОЙ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ</i>	8,4	6,3	9,8
<i>ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ</i>	22,6	19,6	24,5
<i>ОБРАЩЕНИЕ В ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ</i>	4,7	2,7	6,0
<i>БУКЛЕТЫ, ФЛАЙЕРЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ О РАСПОРЯЖЕНИИ ФИНАНСАМИ</i>	12,8	10,7	14,1
<i>СОЗДАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ САЙТОВ, ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛОВ</i>	31,4	40,2	26,1
<i>ДРУГОЕ</i>	5,7	6,3	5,4
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	1,4	2,7	0,5

Молодая аудитория – лидер по идее создания местного информационного портала о финансовых услугах – 31,4% самостоятельно назвали интернет в качестве наиболее приемлемого источника. Популярность этого метода вполне объяснима растущей популярностью Интернета, которая постепенно вытесняет другие источники информации у молодого поколения. Особенно ярко эта тенденция проявляется у самых молодых – 14-17 летних. Традиционно популярным остается телевидение. Газеты среди молодых людей также довольно популярны – 38,5%.

<sup>7</sup> ПРИ ОТВЕТЕ НА ЭТОТ ВОПРОС ИДЕЮ СОЗДАНИЯ САЙТА/ПОРТАЛА НАЗЫВАЛИ САМИ РЕСПОНДЕНТЫ (ТАКОЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА НЕ БЫЛ ПРЕДУСМОТРЕН В КАРТОЧКЕ). ОТВЕТ В РАЗДЕЛЕ «ДРУГОЕ» БЫЛ ЗАКОДИРОВАН И ВЫВЕДЕН В ОТДЕЛЬНУЮ ПЕРЕМЕННУЮ.



Печатные СМИ и ТВ несколько больше востребованы у 18-26 летних. Однако и у них коммуникационный эффект Интернета достаточно высокий – каждый пятый опрошенный в этой группе среди тех, кто хотел бы получать больше информации о распоряжении финансами. организациях. Десятая часть молодежи (обеих групп) за проведение семинаров и курсов, а также раздачу флайеров и буклетов среди населения.

Ниже приводятся свободные комментарии молодых людей по поводу конкретных мер Правительства области для повышения финансовой грамотности населения. Основная доля предложений касается организации информационного обеспечения, в том числе как с использованием СМИ, так и образовательные мероприятия (лекции, курсы, семинары). Ментально молодые люди привыкли получать львиную долю знаний именно через личное общение учитель-ученик, поэтому особенно для 14 – 17-летних эта форма наиболее удобна. Так как к самостоятельному поиску информации из медиа-источников большинство молодых людей пока не готовы, не видят в этом необходимости.

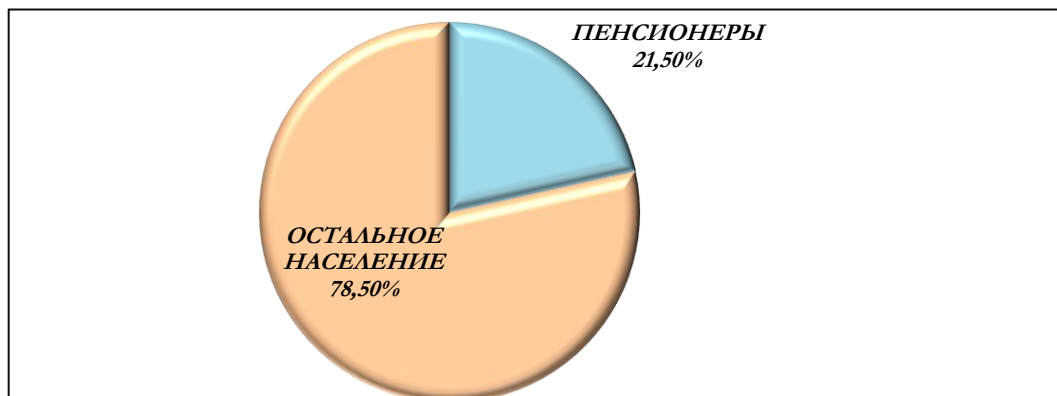
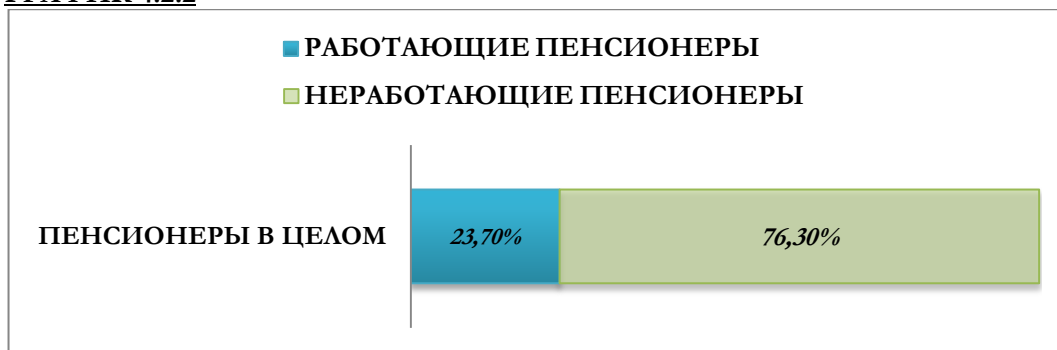


**ЧАСТЬ 4.2.****ПЕНСИОНЕРЫ**

Пенсионеры – вторая из групп, на которых ориентирована Программа. Важный блок исследования посвящен пенсионерам. Представляя из себя треть населения, они играют важную роль в своих домохозяйствах, в семьях. Нам интересно было изучить эту группу.

Практически все воспитывались в советское время, они как никто другой нуждаются в будущей Программе.

В нашей выборке группа пенсионеров составляет чуть менее четверти, из них 23,7% - работающие пенсионеры.

**ГРАФИК 4.2.1****ДОЛЯ ГРУППЫ «ПЕНСИОНЕРЫ» ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ****ГРАФИК 4.2.2**

В среде пенсионеров нет ярких патерналистских настроений. Люди привыкли надеяться на себя и свою семью. Почти 52% имеют низкий и очень низкий уровень дохода. Респондентов со средним уровнем материального достатка 46,1%. Людей с высоким доходом очень мало – 1,9%. Это в основном респонденты, которые живут с детьми и другими родственниками (проживает в семье из 3-4 человек).



ТАБЛИЦА 4.2.3

## УРОВЕНЬ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА ПЕНСИОНЕРОВ

	«ПЕНСИОНЕРЫ»
<i>ОЧЕНЬ НИЗКИЙ</i>	14,0
<i>НИЗКИЙ</i>	37,7
<i>СРЕДНИЙ</i>	38,1
<i>СРЕДНИЙ+</i>	7,0
<i>ВЫСОКИЙ</i>	1,9
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	1,4

ТАБЛИЦА 4.2.4

## УРОВЕНЬ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА ПЕНСИОНЕРОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ

	КАЛИНИНГРАД	МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ	ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ
<i>ОЧЕНЬ НИЗКИЙ</i>	13,8	14,5	13,0
<i>НИЗКИЙ</i>	36,7	38,6	39,1
<i>СРЕДНИЙ</i>	39,4	34,9	43,5
<i>СРЕДНИЙ+</i>	4,6	10,8	4,3
<i>ВЫСОКИЙ</i>	2,8	1,2	0,0
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	2,8	0,0	0,0

Из-за невысокой пенсии пожилым людям приходится искать дополнительные источники дохода. Таким образом, почти треть пенсионеров продолжают работать. Каждый пятый выращивает продукты на даче, в подсобном хозяйстве, которые впоследствии употребляют в пищу или продают. 23,3% живут на сделанные ранее сбережения. Только каждому десятому пенсионеру помогают дети.



**ТАБЛИЦА 4.2.5**

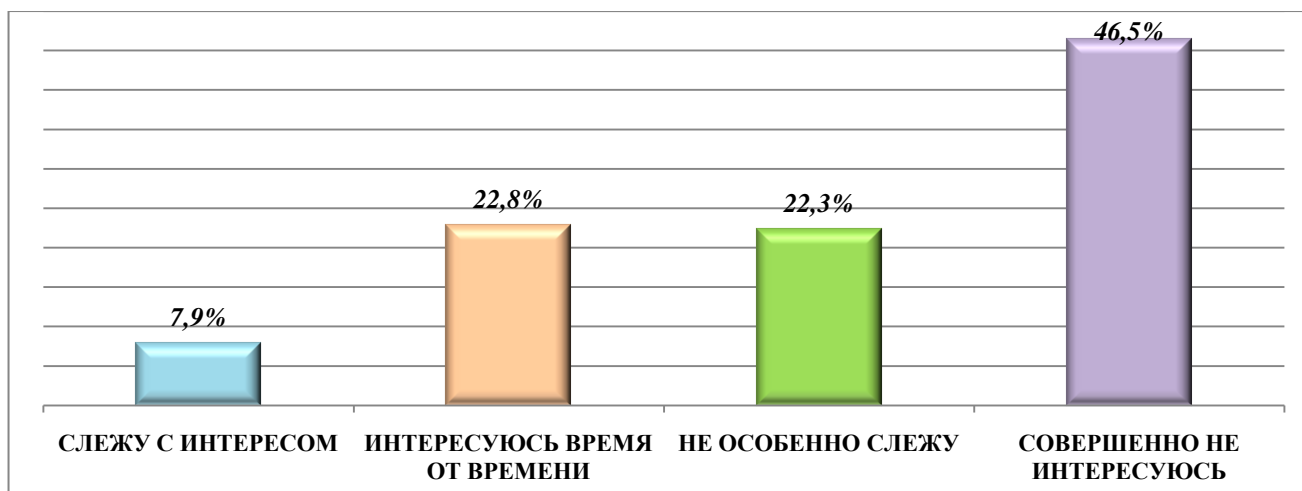
**ЕСЛИ ВЫ ИМЕЕТЕ КРОМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПЕНСИИ КАКИЕ-ЛИБО ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА, ТО КАКИЕ?**

№П/П		%
1	ПРОДОЛЖАЮ РАБОТАТЬ	30,1
2	МОЙ МУЖ (ЖЕНА) РАБОТАЕТ	6,4
3	ПОМОГАЮТ ДЕТИ	9,6
4	ПОЛУЧАЮ ПОМОЩЬ СО СТОРОНЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	1,8
5	ВЫРАЩЕВАЕМ СВОИМИ СИЛАМИ ПРОДУКТЫ НА ДАЧЕ, В ПОДСОБНОМ ХОЗЯЙСТВЕ, ВСЕ, ЧТО МОЖЕМ, ПО ДОМУ ДЕЛАЕМ САМИ	18,7
6	ПЕРЕЕХАЛ(А) В БОЛЕЕ МАЛЕНЬКУЮ КВАРТИРУ (ДОМ), А ПОЛУЧЕННУЮ РАЗНИЦУ ПОСТЕПЕННО ТРАЧУ	0,0
7	СДАЮ В АРЕНДУ НЕДВИЖИМОСТЬ	1,4
8	ЖИВУ НА СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ	23,3
9	ПОЛУЧАЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ПЕНСИЮ ИЗ СИСТЕМЫ ЧАСТНОГО ПЕНСИОННОГО НАКОПЛЕНИЯ	0,9
10	ЖИВУ ЗА СЧЕТ НАСЛЕДСТВА	0,0
11	ДРУГОЕ	9,1
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ/НЕ ХОЧУ ОТВЕЧАТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС	16,0

Посмотрим на сберегательные стратегии пенсионеров, на их отношение к банковским продуктам. Только треть из них следят за событиями в финансовой сфере. Наиболее активные («слежу с интересом») составляют 7,9%.

**ГРАФИК 4.2.6**

**СКАЖИТЕ, ВЫ СЛЕДИТЕ ЗА СОБЫТИЯМИ В ФИНАНСОВОЙ, БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ?**



Каждый второй пенсионер не откладывает деньги при формировании семейного бюджета. Что вполне объяснимо низкими доходами. Треть пенсионеров старается отложить деньги только после того, как будут потрачены средства на



текущие нужды. Осознано к сберегательным стратегиям прибегает лишь каждый десятый в этой группе. Только 3,3% свободно распоряжаются деньгами – и тратят и откладывают. Отметим, что в поселках очень маленький процент тех, кто имеет возможность откладывать свободные деньги, делать финансовые накопления.

**ТАБЛИЦА 4.2.7**

**КАК ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) ОБЫЧНО РАСПОРЯЖАЕТЕСЬ ДОХОДАМИ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ? (ОДИН ОТВЕТ)**

<b>СТРАТЕГИИ СБЕРЕЖЕНИЯ</b>	<b>«ПЕНСИОНЕРЫ»</b>
<i>СНАЧАЛА СТАРАЮСЬ ЧТО-ТО ОТЛОЖИТЬ, А ОСТАЛЬНОЕ ТРАЧУ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ</i>	10,7
<i>ТРАЧУ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ, А ЧТО ОСТАЕТСЯ - ОТКЛАДЫВАЮ</i>	29,4
<i>ТРАЧУ ВСЕ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ И НИЧЕГО НЕ ОТКЛАДЫВАЮ</i>	55,1
<i>ДОСТАТОЧНО СВОБОДНО РАСПОРЯЖАЮСЬ ДЕНЬГАМИ, И ТРАЧУ, И ОТКЛАДЫВАЮ</i>	3,3
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	1,4

**ТАБЛИЦА 4.2.8**

**СТРАТЕГИИ СБЕРЕЖЕНИЯ ПЕНСИОНЕРОВ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ**

<b>СТРАТЕГИИ СБЕРЕЖЕНИЯ</b>	<b>КАЛИНИНГРАД</b>	<b>МАЛЫЕ ГОРОДА ОБЛАСТИ</b>	<b>ПОСЕЛКИ ОБЛАСТИ</b>
<i>СНАЧАЛА СТАРАЮСЬ ЧТО-ТО ОТЛОЖИТЬ, А ОСТАЛЬНОЕ ТРАЧУ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ</i>	13,0	10,8	0,0
<i>ТРАЧУ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ, А ЧТО ОСТАЕТСЯ - ОТКЛАДЫВАЮ</i>	31,5	26,5	30,4
<i>ТРАЧУ ВСЕ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ И НИЧЕГО НЕ ОТКЛАДЫВАЮ</i>	50,0	59,9	65,2
<i>ДОСТАТОЧНО СВОБОДНО РАСПОРЯЖАЮСЬ ДЕНЬГАМИ, И ТРАЧУ, И ОТКЛАДЫВАЮ</i>	5,6	1,2	0,0
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	0,0	2,4	4,3



Планированием семейного бюджета самостоятельно занимается 52,1% пенсионеров. Почти треть совместно со своей семьей.

**ТАБЛИЦА 4.2.9**

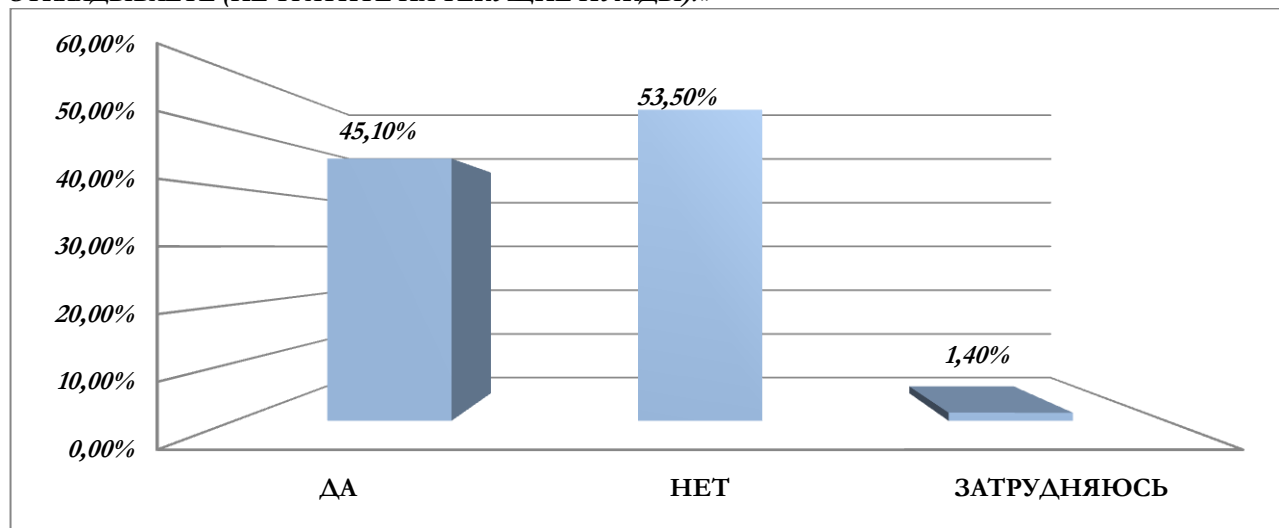
**СКАЖИТЕ, ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ СВОЙ БЮДЖЕТ (СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ)? (ОДИН ОТВЕТ)**

ПЛАНИРОВАНИЕ БЮДЖЕТА	«ПЕНСИОНЕРЫ»
<i>ДА, Я САМ (А) ВЕДУ СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ</i>	52,1
<i>ПЛАНИРУЮ СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ ВМЕСТЕ С СЕМЬЕЙ</i>	34,4
<i>ЛИЧНО НЕ ЗАНИМАЮСЬ ПЛАНИРОВАНИЕМ БЮДЖЕТА, ЗАНИМАЕТСЯ СЕМЬЯ</i>	5,1
<i>НЕ ПЛАНИРУЮ СВОЙ БЮДЖЕТ, СЧИТАЮ ЭТО НЕНУЖНЫМ</i>	7,4
<i>ДРУГОЕ</i>	-
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	0,9

Для людей пожилого возраста свойственно подстраховываться, создавать подушку безопасности на будущее, так скажем «на всякий случай». Почти 45,1% пенсионеров делают сбережения. Учитывая небольшой доход, это много. При этом в комментариях к ответам во время проведения исследования мы часто слышали: «Рады бы откладывать, да нечего». Более 90% не делает сбережений по причине отсутствия свободных средств. 3,6% не видят надежных способов сбережения денежных средств. Самым привычным и доверительным финансовым институтом для людей пожилого возраста является Сбербанк.

**ГРАФИК 4.2.10**

**НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНО РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ ОТВЕТОВ В ГРУППЕ ПЕНСИОНЕРОВ. ВОПРОС: «СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ЕСТЬ ЛИ В ВАШЕЙ СЕМЬЕ СЕЙЧАС СБЕРЕЖЕНИЯ, НАКОПЛЕНИЯ? ПОД СБЕРЕЖЕНИЯМИ МЫ ПОНИМАЕМ ВКЛАДЫ В БАНКАХ, НАКОПИТЕЛЬНЫЕ СТРАХОВЫЕ ПОЛИСЫ, АКЦИИ, НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ И ПР., КОТОРЫЕ ВЫ ОТКЛАДЫВАЕТЕ (НЕ ТРАТИТЕ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ)?»**





**ГРАФИК 4.2.11*****ПРИЧИНЫ, ПО КОТОРЫМ НЕ ДЕЛАЮТСЯ СБЕРЕЖЕНИЯ.***

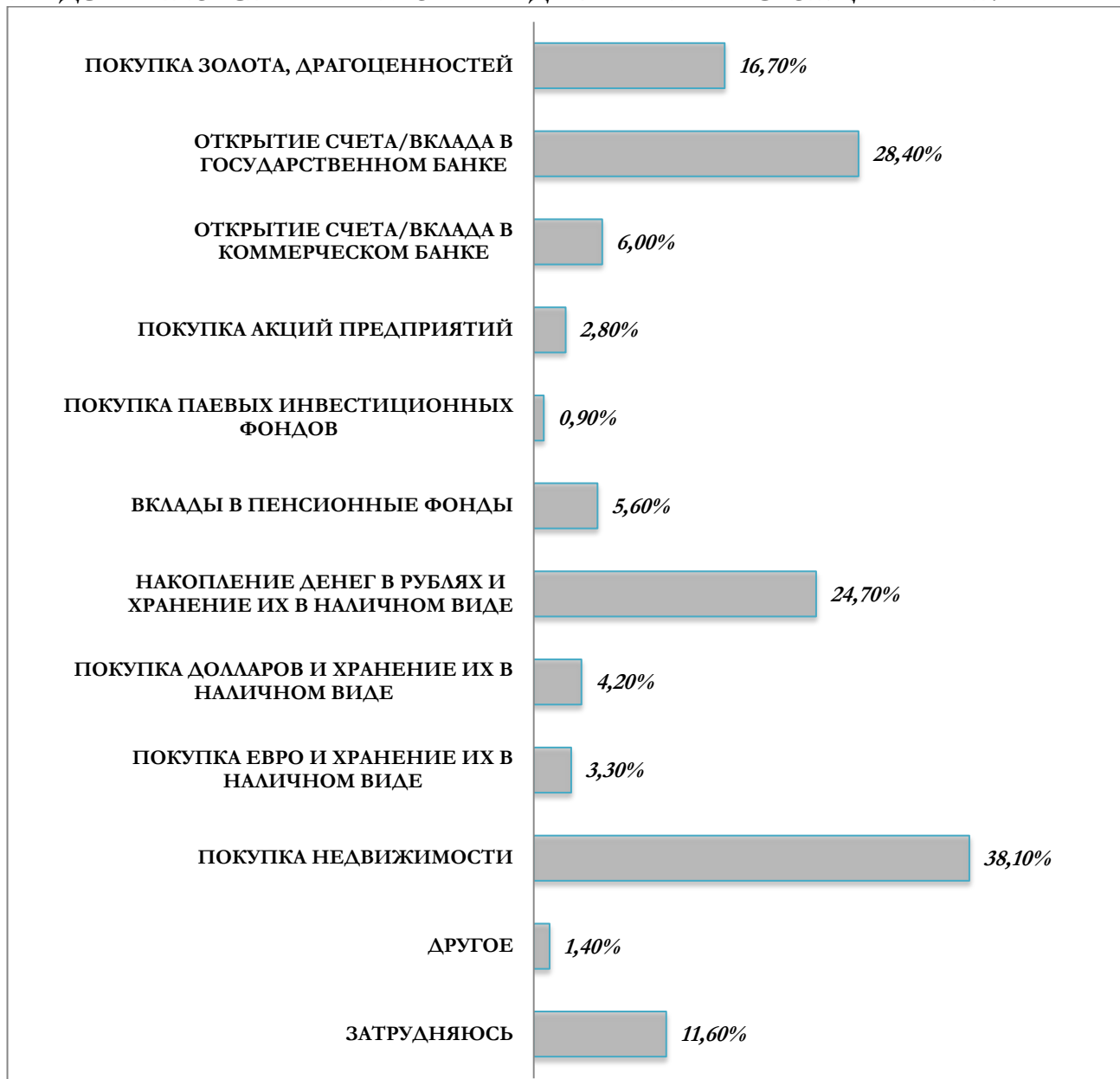
<b>ОТКАЗ ОТ СБЕРЕЖЕНИЙ</b>	<b>«ПЕНСИОНЕРЫ», %</b>
<i>НЕТ ДЕНЕГ, ЧТОБЫ ДЕЛАТЬ СБЕРЕЖЕНИЯ</i>	<i>90,2</i>
<i>СБЕРЕЖЕНИЯ ДЕЛАТЬ НЕВЫГОДНО</i>	<i>1,8</i>
<i>НЕТ НАДЕЖНЫХ СПОСОБОВ ХРАНЕНИЯ СБЕРЕЖЕНИЙ, СЛИШКОМ ВЕЛИК РИСК</i>	<i>3,6</i>
<i>В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ЛУЧШЕ ТРАТИТЬ ДЕНЬГИ, ЧЕМ ИХ КОПИТЬ</i>	<i>1,8</i>
<i>У МЕНЯ УЖЕ ДОСТАТОЧНО СБЕРЕЖЕНИЙ, ЧТОБЫ ПОКРЫТЬ БУДУЩИЕ РАСХОДЫ</i>	<i>1,8</i>
<i>ДРУГОЕ</i>	<i>0,9</i>
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	<i>-</i>

Покупка недвижимости как самый надежный способ вложения средств у пенсионеров несколько меньше, чем у работающего населения - 38,1%. Второе место занимают вклады в государственные банки – 28,4%. Здесь и привычка доверять бренду «Сбербанк». Почти 17% отмечают покупку золота и драгоценностей. Четверть опрошенных в рассматриваемой группе считают надежным хранение денег в наличных рублях.



**ГРАФИК 4.2.12**

**КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ НИЖЕ СПОСОБОВ ВЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ВАМ НАИБОЛЕЕ НАДЕЖНЫМИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?**

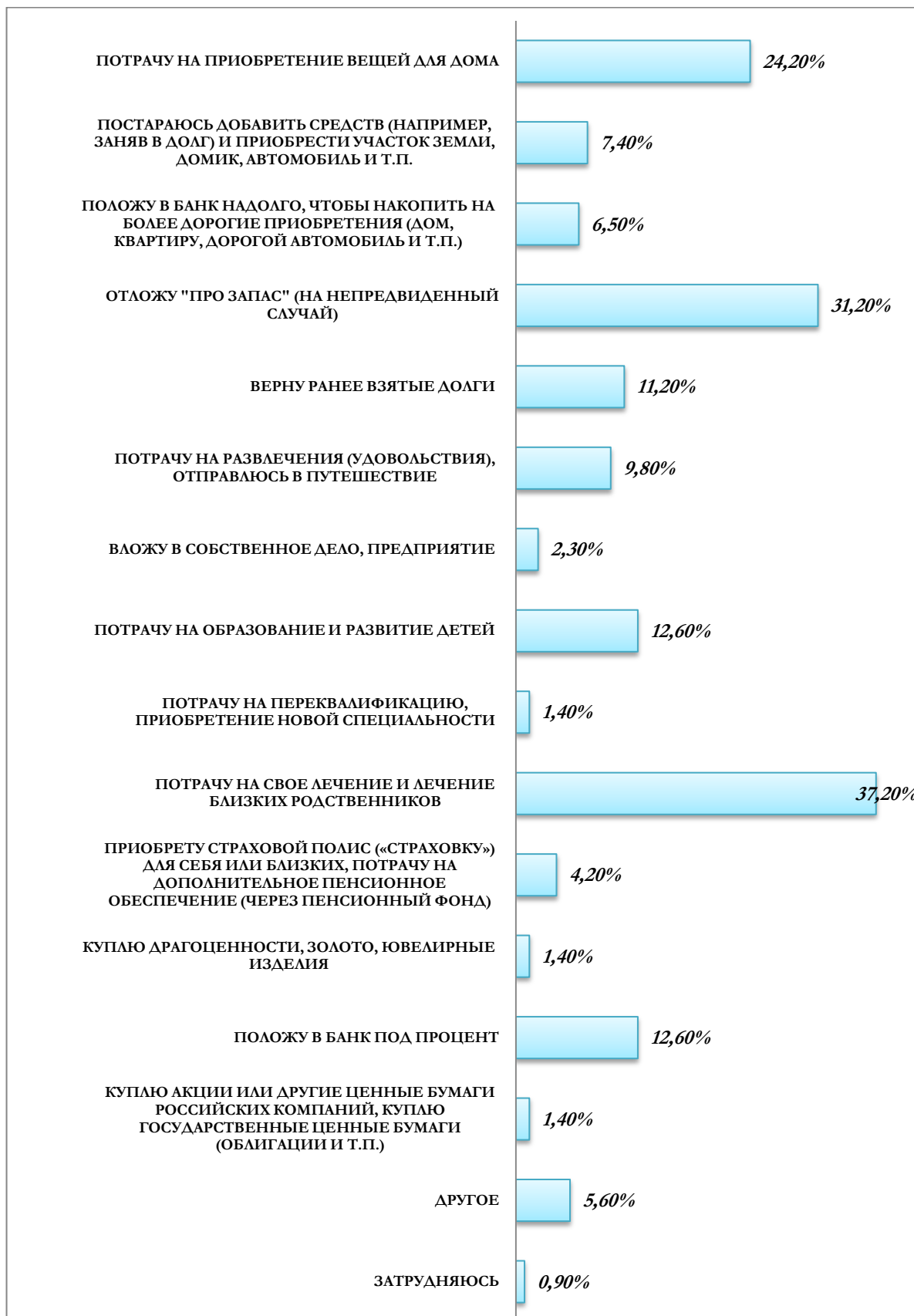


С точки зрения стратегии распоряжения свободными деньгами мы получили вполне ожидаемые данные. Большинство (37,2%) потратили бы деньги на свое лечение, а также лечение близких и родственников. 31,2 % отложили бы деньги на непредвиденный случай. Пятая часть пенсионеров приобрели бы вещи для дома. Однако и в группе людей зрелого возраста присутствует доля тех, кто готов пользоваться финансовыми инструментами или делать инвестиции в будущее (2,5% готовы вложить средства в собственное дело, предприятие). Сразу оговоримся, что среди таких пенсионеров в большей части военные отставники или те, кто уже не первый год занимается бизнесом, находясь при этом на пенсии.



**ГРАФИК 4.2.13**

**ПРЕДПОЛОЖИМ, ЧТО ДОПОЛНИТЕЛЬНО К СВОЕМУ ОБЫЧНОМУ ДОХОДУ ВЫ ПОЛУЧИЛИ ДЕНЕЖНУЮ СУММУ В РАЗМЕРЕ 100 ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ. КАК ВЫ, СКОРЕЕ ВСЕГО, РАСПОРЯДИТЕСЬ ЭТИМИ ДЕНЬГАМИ?**



Пенсионеры не самые активные пользователи банковских и прочих финансовых услуг. Здесь есть несколько причин. Им в большинстве недоступны кредитные продукты, услуги НПФ. Основная доля пользователей банковскими продуктами владеют пластиковыми картами для получения пенсий. Это почти каждый пятый пенсионер. Чуть более 8% пользуются потребительскими кредитами. Основную долю в их числе составляют работающие пенсионеры. Каждый десятый опрошенный в рассматриваемой группе пользуется вкладами «до востребования», текущими счетами, в основном это вклады в Сбербанк на сберегательные книжки. Наиболее активными пользователями тех или иных услуг являются пенсионеры, проживающие в областном центре. В малых городах и селах уровень достатка по субъективным оценкам ниже, чем в Калининграде.

**ТАБЛИЦА 4.2.14**

**СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ВЫ ЛИЧНО ПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ ДВУХ МЕСЯЦЕВ?**

<b>ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ</b>	<b>«ПЕНСИОНЕРЫ», %</b>
<b>ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ</b>	<b>8,4</b>
<b>ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ</b>	<b>1,4</b>
<b>АВТОКРЕДИТ</b>	<b>1,9</b>
<b>ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАРПЛАТЫ, СТИПЕНДИИ, ПЕНСИИ</b>	<b>19,5</b>
<b>ОФОРМЛЕННАЯ ЛИЧНО ВАМИ ДЕБЕТОВАЯ КАРТА</b>	<b>0,9</b>
<b>ОФОРМЛЕННАЯ ВАМИ ЛИЧНО КРЕДИТНАЯ КАРТА</b>	<b>-</b>
<b>СРОЧНЫЙ ВКЛАД В БАНКЕ</b>	<b>4,2</b>
<b>ТЕКУЩИЙ СЧЕТ, ВКЛАД «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ»</b>	<b>9,8</b>
<b>ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ</b>	<b>-</b>
<b>СТРАХОВАНИЕ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОМС)</b>	<b>0,5</b>
<b>УСЛУГИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ</b>	<b>0,5</b>
<b>ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ</b>	<b>2,8</b>
<b>БАНКОВСКИЕ ЯЧЕЙКИ</b>	<b>0,5</b>
<b>ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ</b>	<b>-</b>
<b>НИЧЕГО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО</b>	<b>41,9</b>
<b>ЗАТРУДНЯЮСЬ</b>	<b>19,1</b>



В принципе заинтересованность в банковских услугах у пенсионеров невелика. Около 63% ничего не хотят знать о них, каждый пятый затруднился с ответом на вопрос. Можно предположить, что часть людей пожилого возраста боится пользоваться финансовыми инструментами или разочарован в них. За последние 20 лет люди неоднократно теряли свои сбережения, деньги «сгорали». Многие услуги банков (в основном крупные кредиты) недоступны пенсионерам в силу возрастных ограничений. В ответе на открытый вопрос многие давали комментарии о том, что нужно сделать информацию доступной, научить пожилых пользоваться «электронным кошельком», разобраться в существующей системе вкладов, многообразии банков и пр.

**ТАБЛИЦА 4.2.15**

**О КАКИХ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ ВЫ БЫ ХОТЕЛИ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ?**

<b>ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ</b>	<b>«ПЕНСИОНЕРЫ», %</b>
<b>ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ</b>	<b>1,9</b>
<b>ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ</b>	<b>1,4</b>
<b>АВТОКРЕДИТ</b>	<b>1,4</b>
<b>ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАРПЛАТЫ, СТИПЕНДИИ</b>	<b>2,3</b>
<b>ОФОРМЛЕННАЯ ЛИЧНО ВАМИ ДЕБЕТОВАЯ КАРТА</b>	<b>-</b>
<b>ОФОРМЛЕННАЯ ВАМИ ЛИЧНО КРЕДИТНАЯ КАРТА</b>	<b>-</b>
<b>СРОЧНЫЙ ВКЛАД В БАНКЕ</b>	<b>0,9</b>
<b>ТЕКУЩИЙ СЧЕТ, ВКЛАД «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ»</b>	<b>3,3</b>
<b>ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ</b>	<b>-</b>
<b>СТРАХОВАНИЕ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОМС)</b>	<b>1,4</b>
<b>УСЛУГИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ</b>	<b>5,1</b>
<b>ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ</b>	<b>0,9</b>
<b>БАНКОВСКИЕ ЯЧЕЙКИ</b>	<b>0,5</b>
<b>ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ</b>	<b>0,9</b>
<b>НИЧЕГО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО</b>	<b>62,3</b>
<b>ЗАТРУДНЯЮСЬ</b>	<b>20,9</b>



Потенциальная активность в пользовании банковскими продуктами у пенсионеров сейчас очень маленькая. Какую-либо из предложенных услуг выбрали не более 13%. В числе финансовых инструментов дебетовые пластиковые карты, авто-кредитование.

**ТАБЛИЦА 4.2.16**

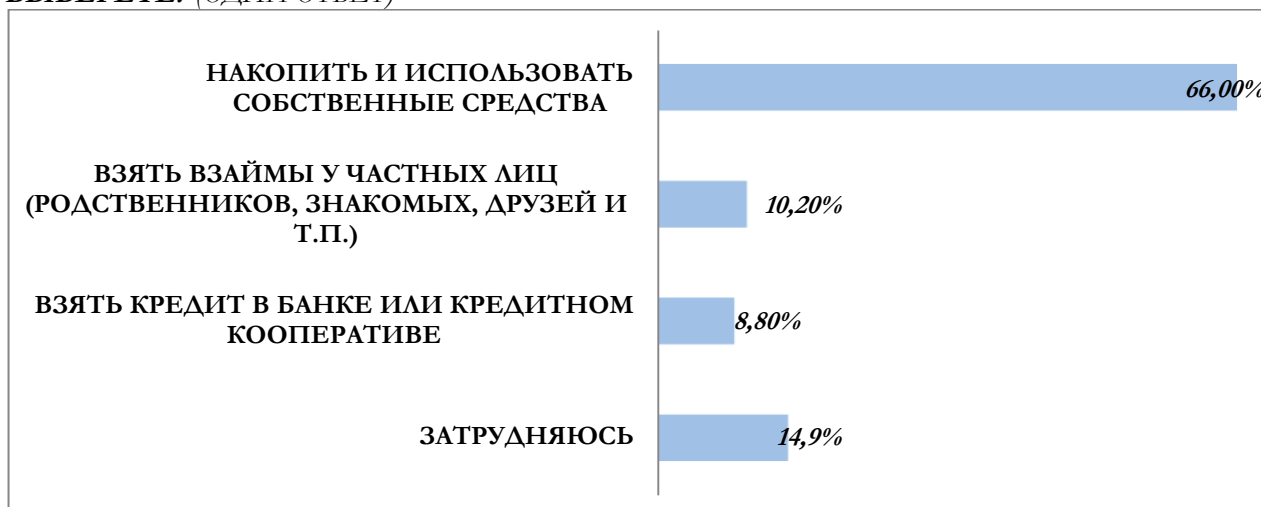
**КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ УСЛУГ ВЫ СЕЙЧАС НЕ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ, НО ПЛАНИРУЕТЕ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ В БЛИЖАЙШИЕ ШЕСТЬ МЕСЯЦЕВ?**

<b>ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ</b>	<b>«ПЕНСИОНЕРЫ», %</b>
<i>ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ</i>	1,9
<i>ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ</i>	-
<i>АВТОКРЕДИТ</i>	3,3
<i>ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАРПЛАТЫ, СТИПЕНДИИ</i>	3,7
<i>ОФОРМЛЕННАЯ ЛИЧНО ВАМИ ДЕБЕТОВАЯ КАРТА</i>	0,5
<i>ОФОРМЛЕННАЯ ВАМИ ЛИЧНО КРЕДИТНАЯ КАРТА</i>	-
<i>СРОЧНЫЙ ВКЛАД В БАНКЕ</i>	0,9
<i>ТЕКУЩИЙ СЧЕТ, ВКЛАД «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ»</i>	0,5
<i>ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ</i>	-
<i>СТРАХОВАНИЕ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОМС)</i>	0,9
<i>УСЛУГИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ</i>	0,5
<i>ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ</i>	1,9
<i>БАНКОВСКИЕ ЯЧЕЙКИ</i>	-
<i>ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ</i>	0,5
<i>НИЧЕГО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО</i>	65,4
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	22,0



**ГРАФИК 4.2.17**

**ПРЕДПОЛОЖИМ, ВАМ ПРЕДСТОЯТ КРУПНЫЕ МАТЕРИАЛЬНЫЕ ТРАТЫ. ЧТО ВЫ ВЫБЕРЕТЕ? (ОДИН ОТВЕТ)**



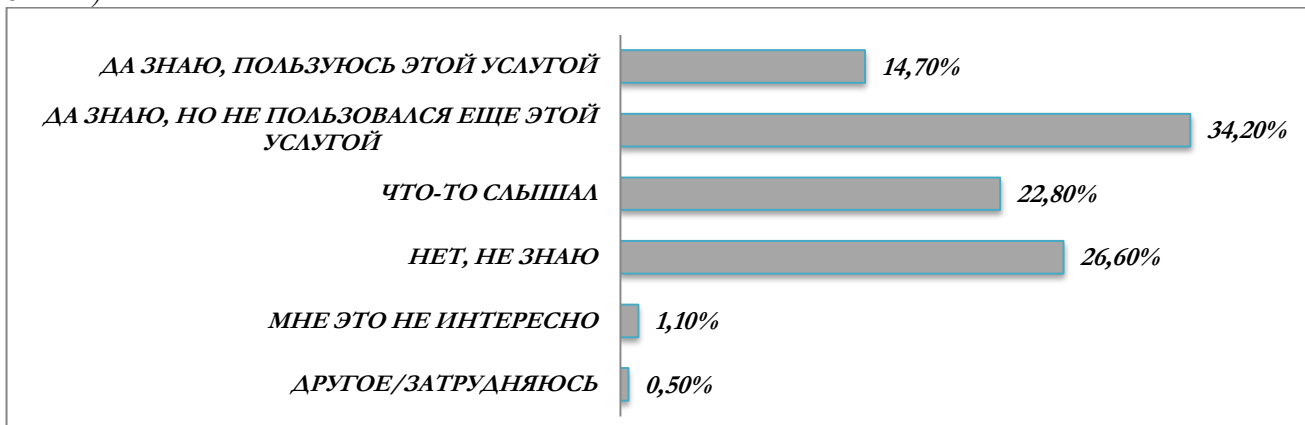
66% пенсионеров предпочитают накопить и использовать собственные средства. Каждый десятый обратится за помощью к родственникам, близким людям. К помощи банков и кредитных учреждений прибегнет только 8,8% пенсионеров, что вполне понятно. Основной мотив отказа от банковских кредитов здесь - высокие процентные ставки, нежелание быть обязанными кому-либо, а также недоступность кредитов для пенсионеров в силу возраста, отсутствия заработков. В Приложении 2 приводятся открытые комментарии респондентов, почему именно они предпочитают то или иное решение вопроса.

О компенсации части затрат на приобретение имущества, образование и здравоохранение знает почти каждый второй пенсионер. 14,7% успели этой услугой воспользоваться. Треть опрошенных пенсионеров знают, но не пользовались. При этом мы слышали комментарии, что многие обращались за подробной информацией о компенсации части затрат на лечение, но получили отказ (причины понятны – услуга неработающим пенсионерам недоступна в рамках действующего законодательства).



**ГРАФИК 4.2.18**

**ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО МОЖЕТЕ КОМПЕНСИРОВАТЬ ЧАСТЬ СВОИХ ТРАТ НА ОБРАЗОВАНИЕ, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ? (ОДИН ОТВЕТ)**



Наиболее популярными источниками информации у пенсионеров являются традиционные - ТВ, газеты. Эти источники настолько популярны среди пенсионеров в силу их большей доступности для этой категории людей. 8,9% пенсионеров готовы получать индивидуальные консультации. Почти 4% говорят о необходимости справочного телефона о финансовых услугах.

**ГРАФИК 4.2.19**

**КАКИЕ СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ ОБ УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ДЛЯ ВАС НАИБОЛЕЕ УДОБНЫ?\***

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ	«ПЕНСИОНЕРЫ», %
ПОСЕЩЕНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ БЕСПЛАТНЫХ КУРСОВ, ЛЕКЦИЙ	11,3
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ	54,5
СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ	58,7
ВЫСТУПЛЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ	3,3
КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ С НЕЗАВИСИМОЙ СЛУЖБОЙ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ	3,8
ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	8,9
ОБРАЩЕНИЕ В ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И МИНИЦИПАЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ	5,2
БУКЛЕТЫ, ФЛАЙЕРЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ О РАСПОРЯЖЕНИИ ФИНАНСАМИ	3,8
СОЗДАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ САЙТОВ, ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛОВ	1,4
ДРУГОЕ	3,8
ЗАТРУДНЯЮСЬ	8,9

\* ПРИ ОТВЕТЕ НА ЭТОТ ВОПРОС ИДЕЮ СОЗДАНИЯ САЙТА/ПОРТАЛА НАЗЫВАЛИ САМИ РЕСПОНДЕНТЫ (ТАКОЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА НЕ БЫЛ ПРЕДУСМОТРЕН В КАРТОЧКЕ). ОТВЕТ В РАЗДЕЛЕ «ДРУГОЕ» БЫЛ ЗАКОДИРОВАН И ВЫВЕДЕН В ОТДЕЛЬНУЮ ПЕРЕМЕННУЮ.





При ответе на открытый вопрос мы получили много комментариев. Несмотря на определенные сложности и ограничения, в целом аудитория пенсионеров открыта к информации о финансовых инструментах. Программа ляжет здесь на благодатную почву. Так как во всех ответах превалирует именно недостаток информации и финансовых услугах.

### **ЧАСТЬ 4.3.**

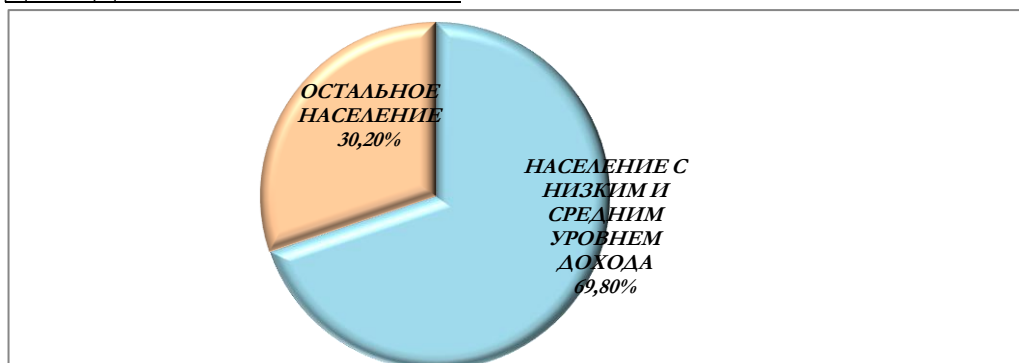
#### **НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДА**

В данной части мы рассматриваем категорию людей с низким и средним уровнем достатка. К этим респондентам относятся те, кто дал ответы на вопрос: «**КАКОМУ УРОВНЮ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА ВЫ СЕБЯ ОТНОСИТЕ?**»

- на продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает затруднение - **низкий**;
- денег хватает на продукты и одежду, но покупка вещей длительного пользования сейчас недоступна – **средний**;

Объединим их в одну группу и рассмотрим в разрезе некоторых вопросов исследования. Как видно из графика 4.3.1. эта группа составляет основную долю населения региона, почти 70%. В социальном составе группы преобладают люди рабочих специальностей, наемные работники частных компаний, работающие в сфере обслуживания, студенты, учащиеся, пенсионеры, чуть более 5% в составе группы – работники бюджетной сферы, муниципальные служащие. Основной заработок на семью составляет от 10000 до 25000 рублей. Состав семьи этой группы людей в основном колеблется от 2 до 4 членов, включая детей.

**ГРАФИК 4.3.1. ДОЛЯ ГРУППЫ НАСЕЛЕНИЯ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДА ОТ 100% НАСЕЛЕНИЯ**



**ТАБЛИЦЫ 4.3.2.-4.3.3. ПОЛОВОЗРАСТНОЙ СОСТАВ ГРУППЫ**

<b>ПОЛ</b>	<b>%</b>
МУЖЧИНЫ	46,3
ЖЕНЩИНЫ	53,7

<b>ВОЗРАСТ</b>	<b>%</b>
14-17 ЛЕТ	10,3
18-26 ЛЕТ	18,2
27-38 ЛЕТ	18,9
39-46 ЛЕТ	14,6
47-55 ЛЕТ	16,0
СТАРШЕ 56 ЛЕТ	21,9

**ТАБЛИЦА 4.3.4. СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС**

<b>СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	<b>%</b>
РАБОТНИК БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЫ	5,4
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ, МУНИЦИПАЛЬНЫЙ СЛУЖАЩИЙ	5,6
РАБОЧИЙ	11,2
ВОЕННОСЛУЖАЩИЙ, РАБОТНИК ПОЛИЦИИ	3,0
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ	3,0
НАЕМНЫЙ РАБОТНИК В ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ (ОФИСНЫЙ РАБОТНИК, РУКОВОДЯЩЕЕ ЗВЕНО)	4,6
НАЕМНЫЙ РАБОТНИК В ЧАСТНОЙ КОМПАНИИ (СФЕРА УСЛУГ, ОБСЛУЖИВАНИЯ)	18,8
ДОМАШНЯЯ ХОЗЯЙКА	4,4
ВРЕМЕННО БЕЗРАБОТНЫЙ, ИЩУ РАБОТУ	4,4
ВРЕМЕННО БЕЗРАБОТНЫЙ, НЕ ИЩУ РАБОТУ	0,9
СТУДЕНТ, УЧАЩИЙСЯ	14,5
ПЕНСИОНЕР	17,5
РАБОТАЮЩИЙ ПЕНСИОНЕР	5,9
ДРУГОЕ	0,8



**ТАБЛИЦА 4.3.5. УРОВЕНЬ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА ПО ШКАЛЕ**

2000 РУБЛЕЙ И МЕНЬШЕ	0,4
ОТ 2001 ДО 4,000 РУБЛЕЙ	0,6
ОТ 4,001 ДО 6,000 РУБЛЕЙ	3,2
ОТ 6,001 ДО 8,000 РУБЛЕЙ	8,0
ОТ 8,001 ДО 10,000 РУБЛЕЙ	9,0
ОТ 10,001 ДО 15,000 РУБЛЕЙ	15,6
ОТ 15,001 ДО 20,000 РУБЛЕЙ	17,2
ОТ 20,001 ДО 25,000 РУБЛЕЙ	14,8
ОТ 25,001 ДО 30,000 РУБЛЕЙ	9,9
ОТ 30,001 ДО 40,000 РУБЛЕЙ	8,6
ОТ 40,001 ДО 50,000 РУБЛЕЙ	3,4
ОТ 50,001 ДО 60,000 РУБЛЕЙ	2,0
ОТ 60,001 ДО 70,000 РУБЛЕЙ	0,4
ОТ 70,001 ДО 80,000 РУБЛЕЙ	0,4
ЗАТРУДНЯЮСЬ	6,4

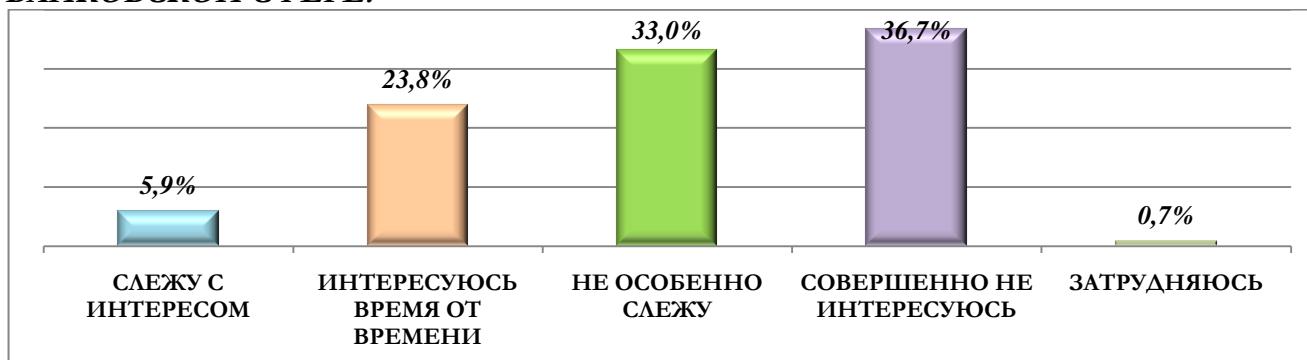
**ТАБЛИЦА 4.3.6. СОСТАВ СЕМЬИ**

ЖИВУ ОДИН	12,5
2 ЧЕЛОВЕКА	27,2
3 ЧЕЛОВЕКА	28,8
4 ЧЕЛОВЕКА	21,4
5 ЧЕЛОВЕК	6,5
6 ЧЕЛОВЕК	2,9
7 ЧЕЛОВЕК	0,3
8 ЧЕЛОВЕК	0,4

Интерес к финансовой и банковской информации у представителей рассматриваемой группы практически совпадает с распределением общих данных и отражает картину в целом по региону. Менее трети опрошенных проявляют свою заинтересованность, причем только 6% следят за событиями в банковской и финансовой сфере с интересом. 23,8% делают это время от времени.



**ГРАФИК 4.3.7. СКАЖИТЕ, ВЫ СЛЕДИТЕ ЗА СОБЫТИЯМИ В ФИНАНСОВОЙ, БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ?**



Всего 5,4% не занимаются планированием семейного бюджета, считают это ненужным. 35% самостоятельно ведут свой бюджет, это в основном женщины, что вполне понятно. Почти 44% занимаются бюджетом совместно со своей семьей. Каждый девятый предпочитает, чтобы бюджетом занимались родственники. Это чаще самые молодые жители региона, которые живут с родителями или родственниками.

**ТАБЛИЦА 4.3.8. СКАЖИТЕ, ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ СВОЙ БЮДЖЕТ (СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ)?**

ПЛАНИРОВАНИЕ БЮДЖЕТА	ГРУППА С НИЗКИМ И СРЕДНИМ ДОХОДОМ, %
<i>ДА, Я САМ (А) ВЕДУ СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ</i>	35,0
<i>ПЛАНИРУЮ СЕМЕЙНЫЙ БЮДЖЕТ ВМЕСТЕ С СЕМЬЕЙ</i>	43,4
<i>ЛИЧНО НЕ ЗАНИМАЮСЬ ПЛАНИРОВАНИЕМ БЮДЖЕТА, ЗАНИМАЕТСЯ СЕМЬЯ</i>	15,0
<i>НЕ ПЛАНИРУЮ СВОЙ БЮДЖЕТ, СЧИТАЮ ЭТО НЕНУЖНЫМ</i>	5,4
<i>ДРУГОЕ</i>	0,3
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	0,9

Почти 80% респондентов этой группы в первую очередь тратят деньги на текущие нужды, из них 34,7% старается после всех текущих трат что-то отложить. Остальные не прибегают к сбережению свободных денег. 15,7% в первую очередь откладывают определенную сумму денег, а остальное отставляют на текущие расходы. Тех, кто и тратит и откладывает, в меру своих потребностей, совсем мало, всего 3%.

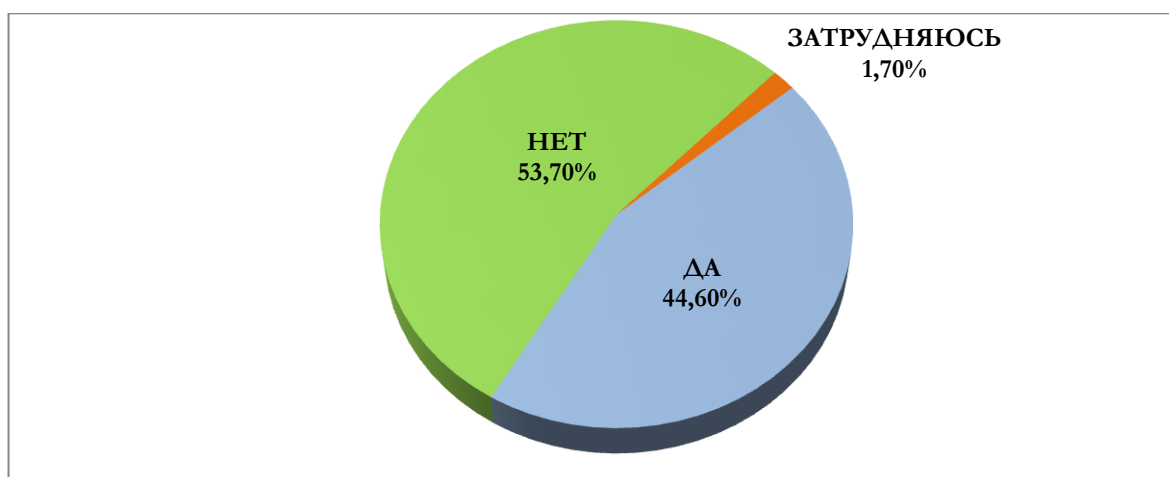
На сегодняшний день, фактически сбережения делают 44,6% людей с низким и средним уровнем доходов. График 4.3.10.



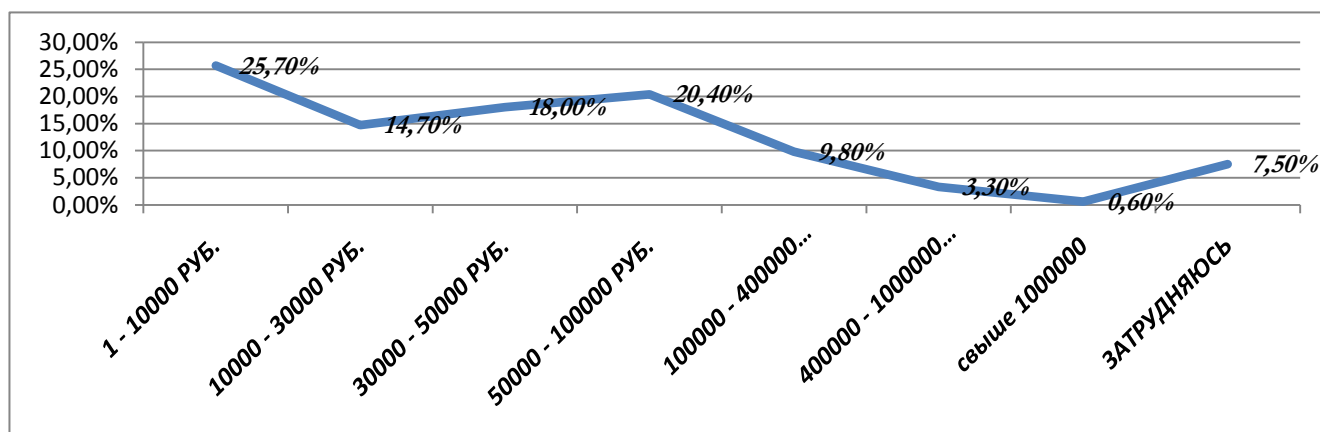
**ТАБЛИЦА 4.3.9. КАК ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) ОБЫЧНО РАСПОРЯЖАЕТЕСЬ ДОХОДАМИ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ? (ОДИН ОТВЕТ)**

СТРАТЕГИИ СБЕРЕЖЕНИЯ	ГРУППА С НИЗКИМ И СРЕДНИМ ДОХОДОМ, %
СНАЧАЛА СТАРАЮСЬ ЧТО-ТО ОТЛОЖИТЬ, А ОСТАЛЬНОЕ ТРАЧУ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ	15,7
ТРАЧУ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ, А ЧТО ОСТАЕТСЯ - ОТКЛАДЫВАЮ	34,7
ТРАЧУ ВСЕ ДЕНЬГИ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ И НИЧЕГО НЕ ОТКЛАДЫВАЮ	42,7
ДОСТАТОЧНО СВОБОДНО РАСПОРЯЖАЮСЬ ДЕНЬГАМИ, И ТРАЧУ, И ОТКЛАДЫВАЮ	3,0
ЗАТРУДНЯЮСЬ	1,3

**ГРАФИК 4.3.10. СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ЕСТЬ ЛИ В ВАШЕЙ СЕМЬЕ СЕЙЧАС СБЕРЕЖЕНИЯ, НАКОПЛЕНИЯ? ПОД СБЕРЕЖЕНИЯМИ МЫ ПОНИМАЕМ ВКЛАДЫ В БАНКАХ, НАКОПИТЕЛЬНЫЕ СТРАХОВЫЕ ПОЛИСЫ, АКЦИИ, НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ И ПР., КОТОРЫЕ ВЫ ОТКЛАДЫВАЕТЕ (НЕ ТРАТИТЕ НА ТЕКУЩИЕ НУЖДЫ)**

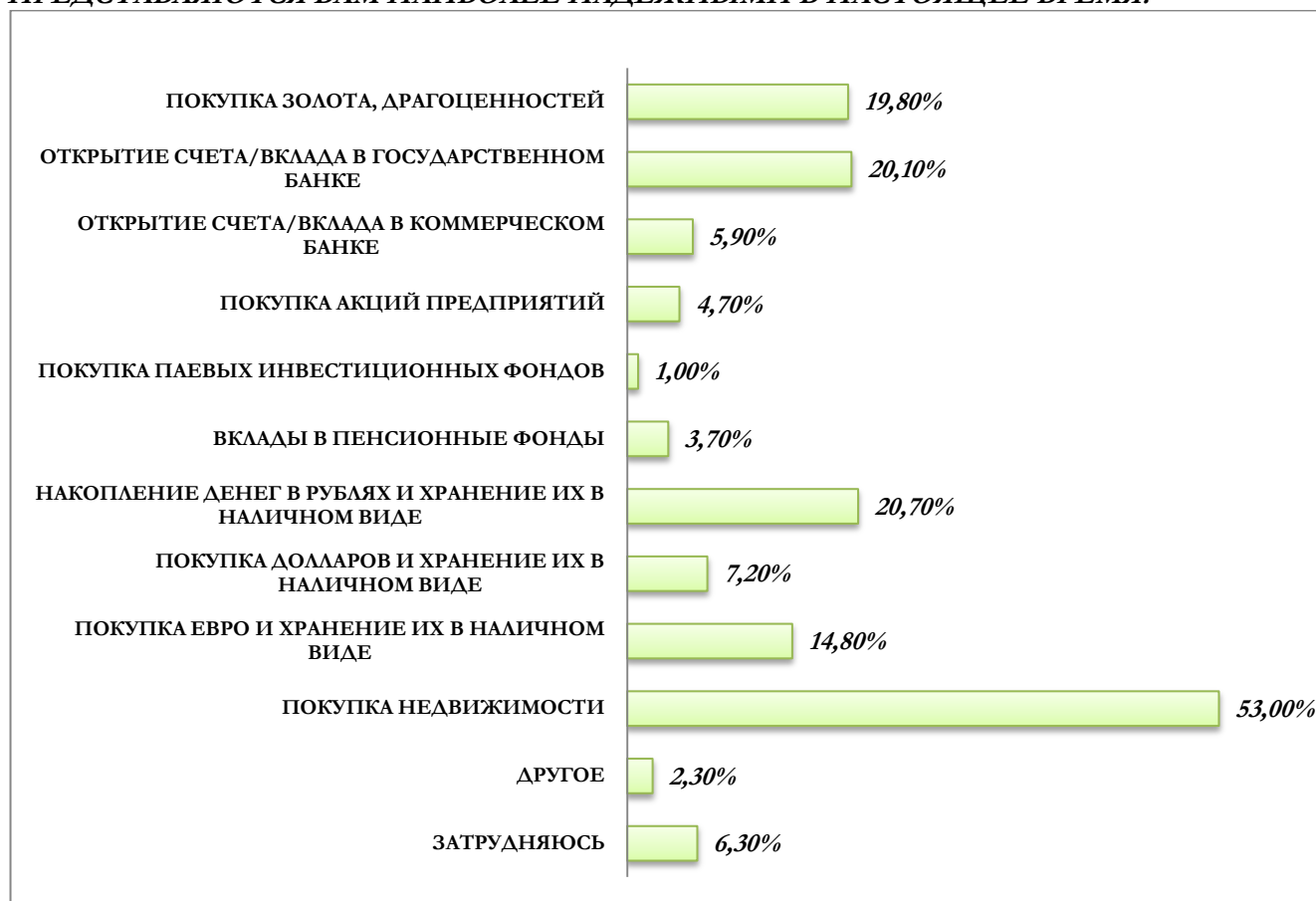


**ГРАФИК 4.3.11. СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКУЮ МИНИМАЛЬНУЮ СУММУ ДЕНЕГ МОЖНО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НАЗВАТЬ СБЕРЕЖЕНИЯМИ? (ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС)**



Представители группы с низким и средним уровнем достатка в большей степени склонны хранить деньги «в кубышке» - 42,7% отдают предпочтение сбережению наличной валюты – рублей, долларов, евро. Бесспорным лидером надежности отмечено приобретение недвижимости – 53%. Банковские продукты, вложение денег во вклады, инвестиционные инструменты считают надежными значительно меньше представителей рассматриваемой группы. Так вкладам доверяют 26%, ПИФы и акции предприятий рассматривают как надежный способ вложения денег 5,7%, пенсионные фонды – 3,7%.

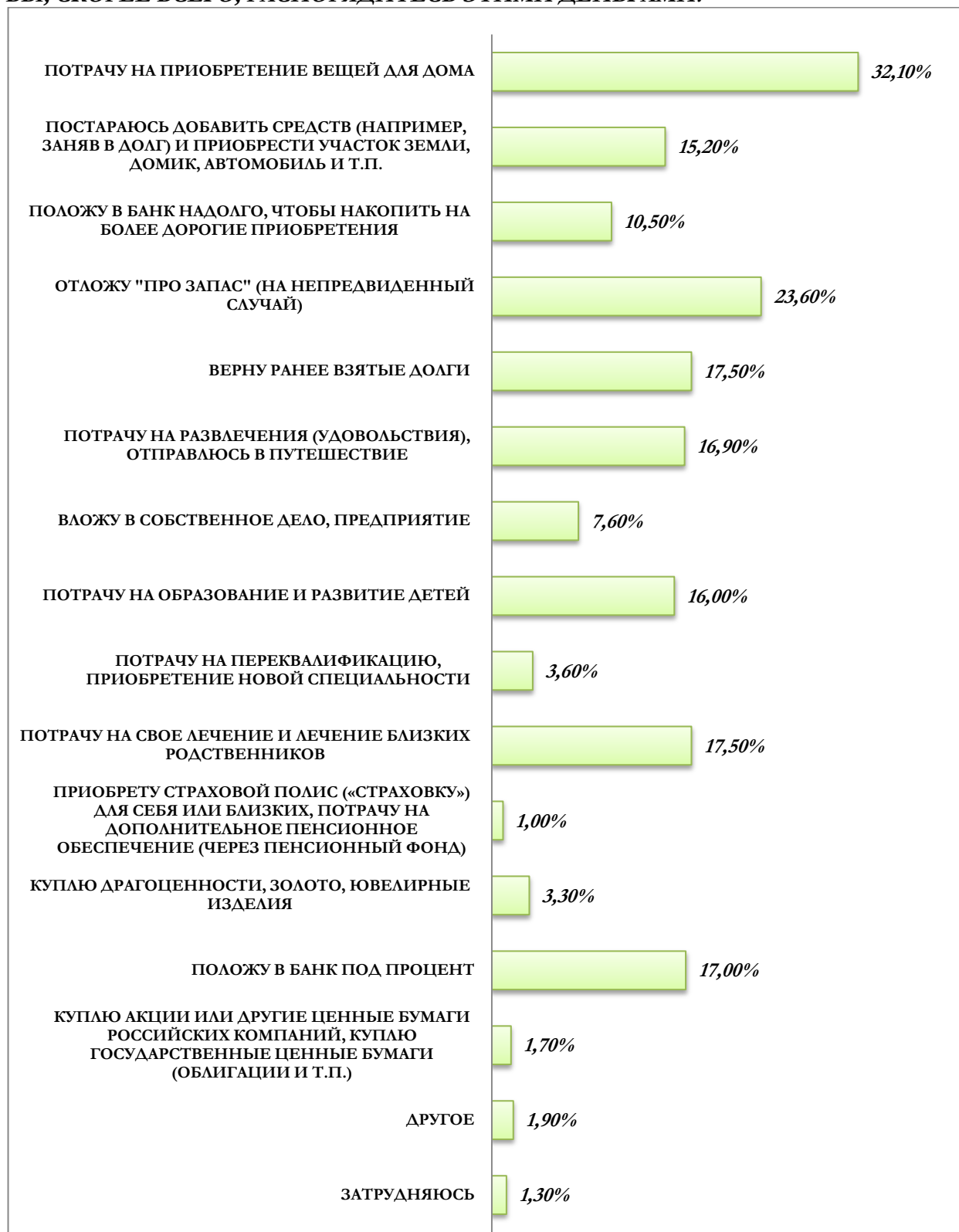
**ГРАФИК 4.3.12. КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ НИЖЕ СПОСОБОВ ВЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ВАМ НАИБОЛЕЕ НАДЕЖНЫМИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?**



27,5% жителей области с низким и средним уровнем достатка потенциально готовы разместить деньги в банке. 23,6% отложили бы полученные средства на непредвиденные расходы. Остальные респонденты потратят их так или иначе на текущие нужды – приобретут вещи для дома, развлечения, образование, лечение и прочее. Страховые и инвестиционные инструменты в данной ситуации практически не востребованы.



**ГРАФИК 4.3.13. ПРЕДПОЛОЖИМ, ЧТО ДОПОЛНИТЕЛЬНО К СВОЕМУ ОБЫЧНОМУ ДОХОДУ ВЫ ПОЛУЧИЛИ ДЕНЕЖНУЮ СУММУ В РАЗМЕРЕ 100 ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ. КАК ВЫ, СКОРЕЕ ВСЕГО, РАСПОРЯДИТЕСЬ ЭТИМИ ДЕНЬГАМИ?**



Жители областного центра с низким и средним уровнем дохода в своем большинстве из банковских продуктов пользуются пластиковыми картами (для получения заработной платы, стипендий, пенсий). Это треть опрошенных респондентов. Уровень пользования потребительскими кредитами здесь выше, чем у других рассматриваемых в исследовании групп респондентов. Потребительским кредитом пользуются на данный момент 17,3%.

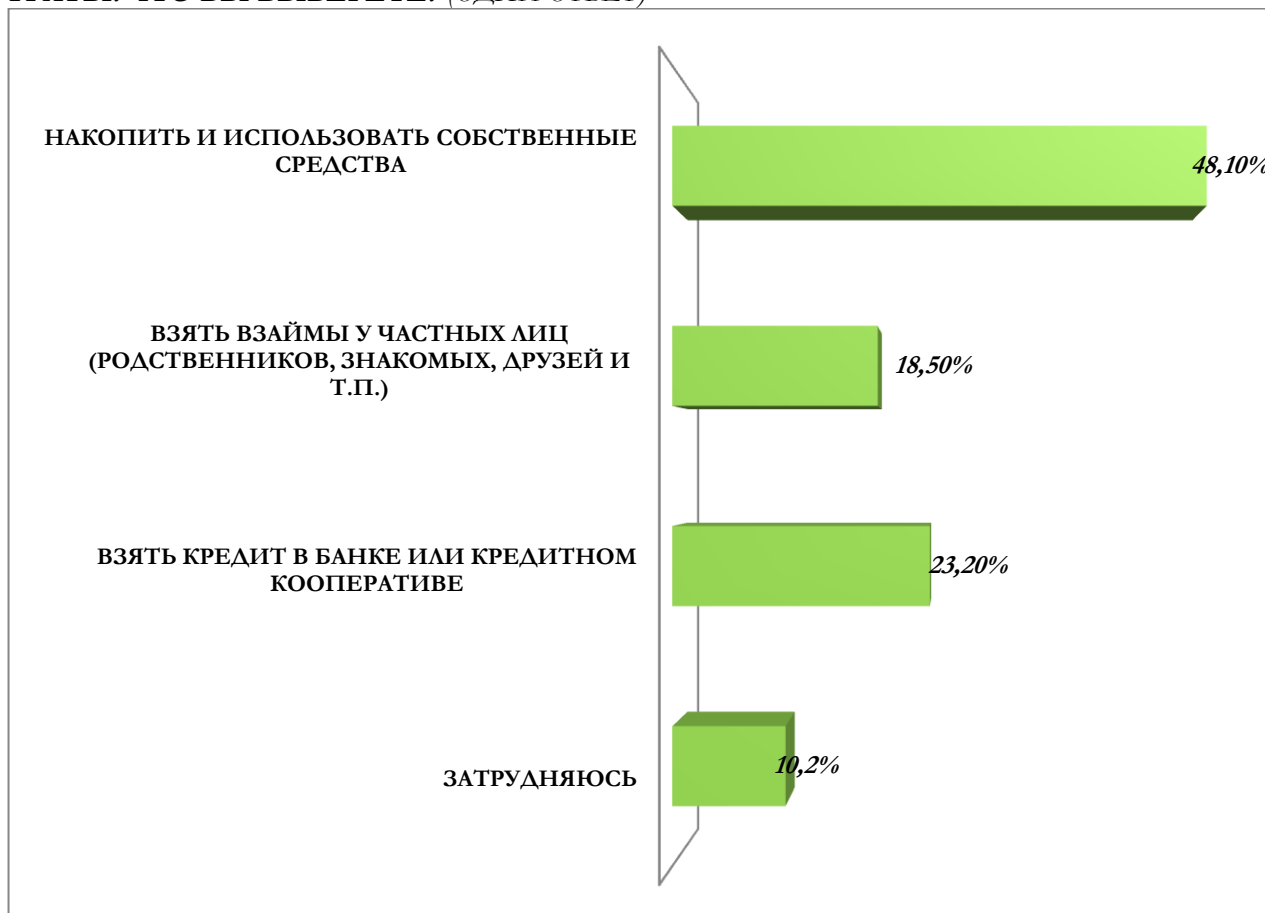
**ТАБЛИЦА 4.3.14. СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИМИ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ВЫ ЛИЧНО ПОЛЬЗОВАЛИСЬ В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ ДВУХ МЕСЯЦЕВ?**

ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ	ГРУППА С НИЗКИМ И СРЕДНИМ ДОХОДОМ, %
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ	17,3
ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ	1,9
АВТОКРЕДИТ	1,4
ПЛАСТИКОВАЯ КАРТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАРПЛАТЫ, СТИПЕНДИИ	34,1
ОФОРМЛЕННАЯ ЛИЧНО ВАМИ ДЕБЕТОВАЯ КАРТА	3,3
ОФОРМЛЕННАЯ ВАМИ ЛИЧНО КРЕДИТНАЯ КАРТА	3,3
СРОЧНЫЙ ВКЛАД В БАНКЕ	3,3
ТЕКУЩИЙ СЧЕТ, ВКЛАД «ДО ВОСТРЕБОВАНИЯ»	4,3
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ	-
СТРАХОВАНИЕ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ОМС)	2,6
УСЛУГИ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ	0,7
ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ	7,6
БАНКОВСКИЕ ЯЧЕЙКИ	0,7
ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ	2,7
НИЧЕГО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО	31,7
ЗАТРУДНЯЮСЬ	12,2





**ГРАФИК 4.3.15. ПРЕДПОЛОЖИМ, ВАМ ПРЕДСТОЯТ КРУПНЫЕ МАТЕРИАЛЬНЫЕ ТРАТЫ. ЧТО ВЫ ВЫБЕРЕТЕ? (ОДИН ОТВЕТ)**

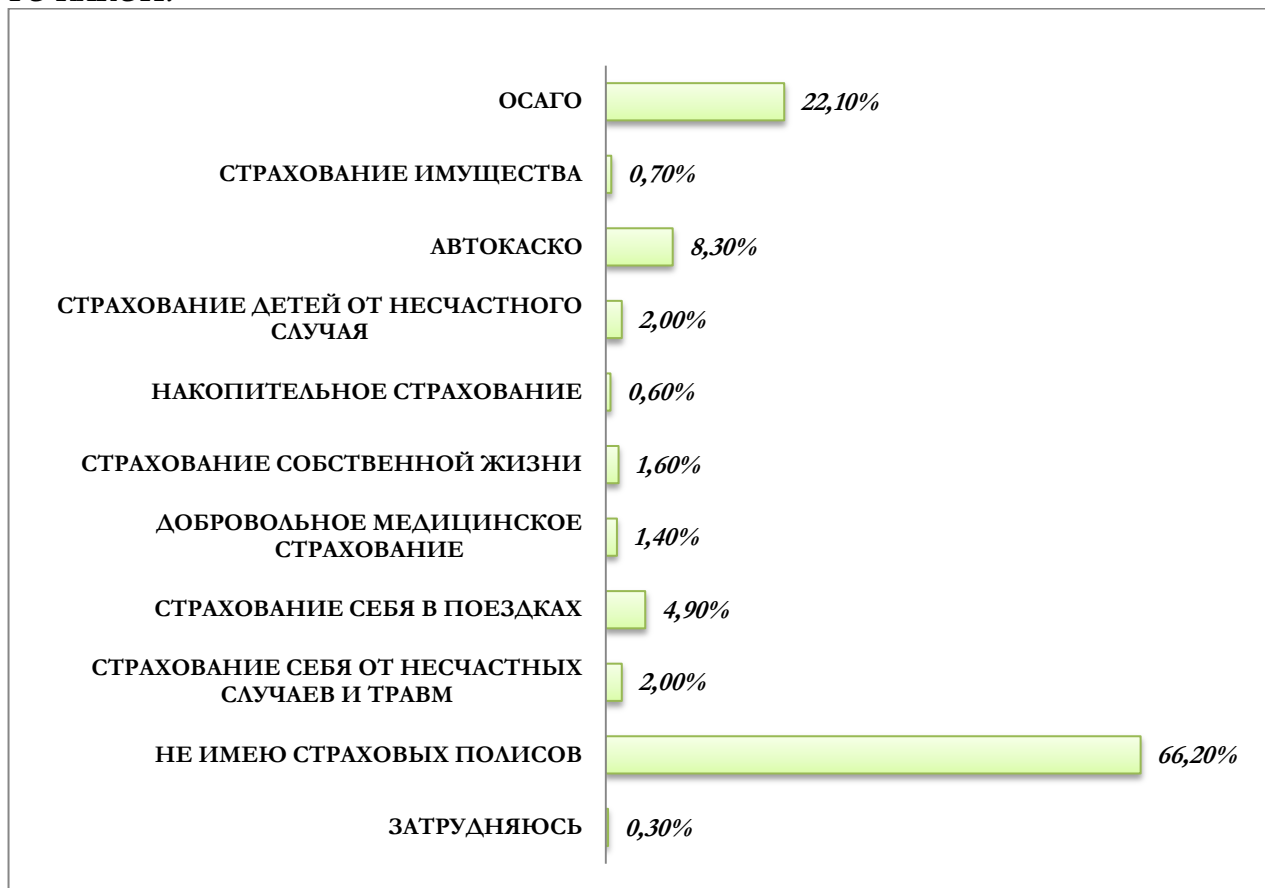


Основная доля опрошенных в данной группе предпочитают при возникновении потребности в крупных тратах пользоваться собственными накопленными средствами – 48,1%. Только пятая часть готова обратиться в банк или другое кредитное учреждение, чтобы получить деньги. 18,5% приемлют взять в долг у друзей и родственников. Нежелание брать кредиты вызвано, в принципе, банальными причинами, которые отмечаются во всех группах - нежелание брать в долг, нежелание платить проценты, нежелание зависеть от банка по срокам и прочее.

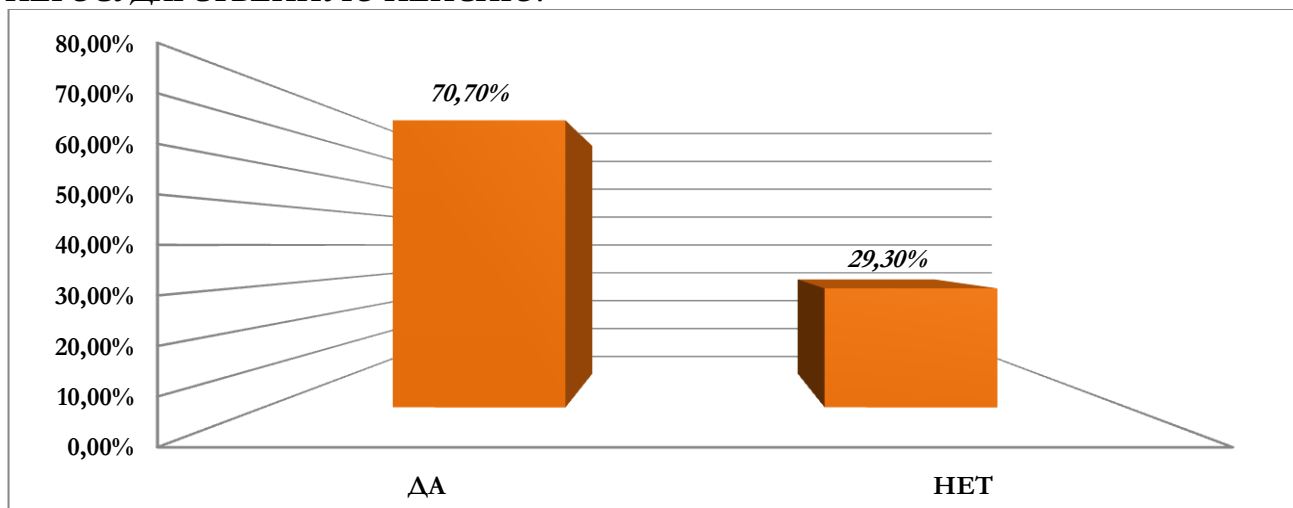
Как мы уже говорили, страховые продукты не очень популярны среди жителей региона. Добровольными видами страховых продуктов пользуется невысокий процент граждан, как в целом, так и среди респондентов с низким и высоким уровнем дохода. Основную долю сейчас занимают полисы ОСАГО. Из добровольных видов страхования более популярны – АВТОКАСКО и страхование себя в поездках за рубеж. Остальные страховые продукты популярны у 8,6% опрошенных граждан в рассматриваемой категории.



**ГРАФИК 4.3.16. ЕСТЬ ЛИ У ВАС В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ СТРАХОВОЙ ПОЛИС, И ЕСЛИ ДА, ТО КАКОЙ?**



**ГРАФИК 4.3.17. ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО ВЫ МОЖЕТЕ ДЕЛАТЬ ДОБРОВОЛЬНЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ ИЗ СВОИХ ЗАРАБОТКОВ В НЕГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕНСИОННЫЙ ФОНД, ЧТОБЫ ПОСЛЕ ВЫХОДА НА ПЕНСИЮ ПОЛУЧАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ НЕГОСУДАРСТВЕННУЮ ПЕНСИЮ?**



Более 70% респондентов осведомлены о возможности пенсионных накоплений с помощью. Интересно, что при высокой степени осведомленности, услуги НПФ у населения региона пока не популярны.



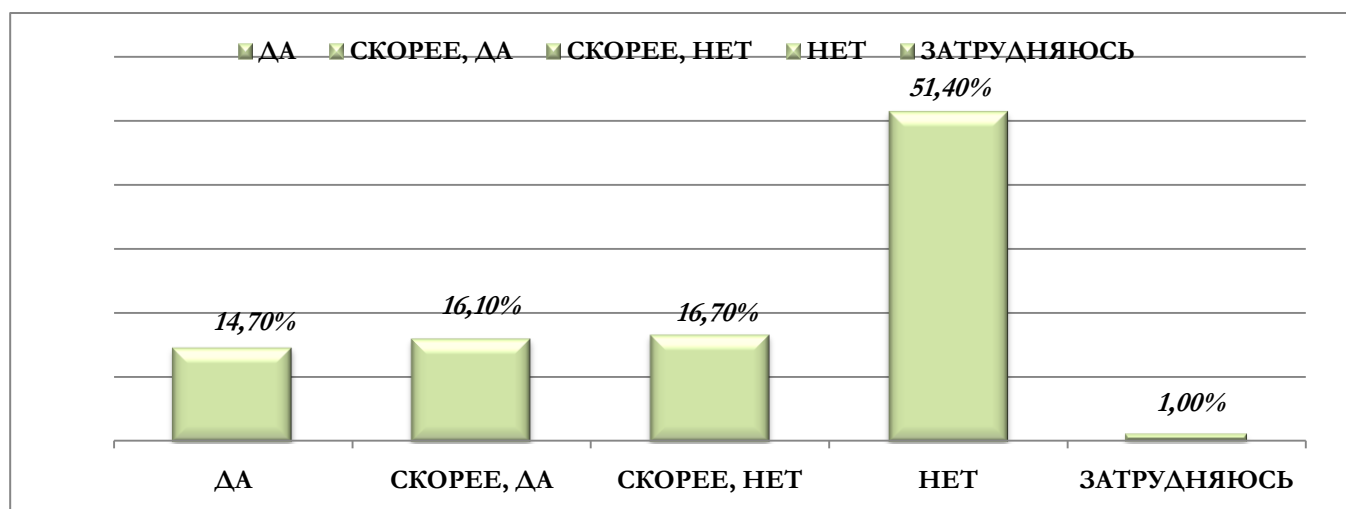
О компенсации части затрат на покупку недвижимости, автомобиля, оплату услуг образования и здравоохранения знают почти 44%. Из них каждый десятый уже воспользовался этой услугой. Пятая часть жителей региона с низким и средним доходом что-то слышали о такой компенсации.

**ГРАФИК 4.3.18. ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО МОЖЕТЕ КОМПЕНСИРОВАТЬ ЧАСТЬ СВОИХ ТРАТ НА ОБРАЗОВАНИЕ, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ? (ОДИН ОТВЕТ)**



Интерес к информации о финансовых продуктах довольно низкий. Лишь 30,9% хотели бы получать больше информации о предлагаемых финансовыми учреждениями услугах. Наиболее интересна этим людям информация о планировании личного бюджета, финансовые риски, а также темы, касающиеся правовых вопросов в области финансов, налогообложение.

**ГРАФИК 4.3.19. ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ЛИЧНЫМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ?**



**ТАБЛИЦА 4.3.20. «НИЖЕ ПРЕДСТАВЛЕН СПИСОК ТЕМ, КОТОРЫЕ ЗАТРАГИВАЮТ РАЗЛИЧНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИЧНЫМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ. СКАЖИТЕ, О ЧЕМ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ?»**

№ п/ п	ТЕМАТИКА	ГРУППА С НИЗКИМ И СРЕДНИМ ДОХОДОМ, %
1	КАК СОСТАВЛЯТЬ ЛИЧНЫЙ БЮДЖЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ	24,1
2	К КАКИМ РЕЗУЛЬТАТАМ МОГУТ ПРИВЕСТИ ТЕ ИЛИ ИНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ	12,6
3	ГДЕ ИСКАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПРЕДЛАГАЕМЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ	18,2
4	ПО КАКИМ ПАРАМЕТРАМ НУЖНО СРАВНИВАТЬ УСЛУГИ, ПРЕДЛАГАЕМЫЕ БАНКАМИ, ПИФАМИ, ЧАСТНЫМИ ПЕНСИОННЫМИ ФОНДАМИ, СТРАХОВЫМИ КОМПАНИЯМИ	9,1
5	КУДА ОБРАТИТЬСЯ ЗА ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ	27,3
6	КАК СТАВИТЬ ФИНАНСОВЫЕ ЦЕЛИ	9,5
7	КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ЗАКОНЫ, ЗАЩИЩАЮЩИЕ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	28,9
8	НА КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ ПРИ ПОДПИСАНИИ ДОГОВОРОВ С БАНКАМИ И ДРУГИМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	22,9
9	КАКИМИ НАЛОГАМИ ОБЛАГАЮТСЯ РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ ДОХОДОВ ГРАЖДАН	24,5
10	КАК УСТРОЕНА ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА, И КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ СПОСОБЫ СБЕРЕЖЕНИЯ НА СТАРОСТЬ	14,6
11	ЧТО ТАКОЕ БАНКОВСКИЕ СЧЕТА И ВКЛАДЫ	5,1
12	ЧТО ТАКОЕ ИПОТЕКА	9,5
13	ЧТО ТАКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ	2,4
14	ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНАЯ КАРТА	1,2
15	ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНАЯ ИСТОРИЯ	2,0
16	ЧТО ТАКОЕ ПЛАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ	7,5
17	ЧТО ТАКОЕ НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ	9,5
18	ЧТО НУЖНО ДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ НЕ УВЯЗНУТЬ В ДОЛГАХ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ БАНКОВСКИМИ КРЕДИТАМИ	12,6
19	ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	21,7
20	КАК УСТРОЕН ФОНДОВЫЙ РЫНОК, И КАКИЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НА НЕМ СУЩЕСТВУЮТ	5,9
21	ЧТО ТАКОЕ СТРАХОВАНИЕ И КОГДА ИМ НУЖНО ПОЛЬЗОВАТЬСЯ	10,3
22	КАКИЕ РИСКИ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ СУЩЕСТВУЮТ И КАК ИМИ УПРАВЛЯТЬ	20,2
23	ИНТЕРЕСНЫ ВСЕ ТЕМЫ	0,8
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	14,2



Информация посредством СМИ – газеты и ТВ – остаются самыми популярными источниками информации для всех рассматриваемых групп. Среди людей с низким и средним уровнем дохода - почти каждый второй опрошенный. Каждый пятый отмечает индивидуальные консультации в специализированных организациях. Каждый десятый хотел бы посещать курсы и лекции бесплатно.

**КАКИЕ СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ ОБ УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ДЛЯ ВАС НАИБОЛЕЕ УДОБНЫ?<sup>9</sup>**

<i>ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ</i>	<i>ГРУППА С НИЗКИМ И СРЕДНИМ ДОХОДОМ, %</i>
<i>ПОСЕЩЕНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ БЕСПЛАТНЫХ КУРСОВ, ЛЕКЦИЙ</i>	<i>11,2</i>
<i>СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ</i>	<i>55,6</i>
<i>СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ</i>	<i>51,4</i>
<i>ВЫСТУПЛЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ</i>	<i>7,6</i>
<i>КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ С НЕЗАВИСИМОЙ СЛУЖБОЙ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ</i>	<i>7,5</i>
<i>ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ</i>	<i>18,4</i>
<i>ОБРАЩЕНИЕ В ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ</i>	<i>4,7</i>
<i>БУКЛЕТЫ, ФЛАЙЕРЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ О РАСПОРЯЖЕНИИ ФИНАНСАМИ</i>	<i>9,6</i>
<i>СОЗДАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ САЙТОВ, ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛОВ</i>	<i>3,2</i>
<i>ДРУГОЕ</i>	<i>14,9</i>
<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ</i>	<i>4,6</i>

<sup>9</sup> ПРИ ОТВЕТЕ НА ЭТОТ ВОПРОС ИДЕЮ СОЗДАНИЯ САЙТА/ПОРТАЛА НАЗЫВАЛИ САМИ РЕСПОНДЕНТЫ (ТАКОЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА НЕ БЫЛ ПРЕДУСМОТРЕН В КАРТОЧКЕ). ОТВЕТ В РАЗДЕЛЕ «ДРУГОЕ» БЫЛ ЗАКОДИРОВАН И ВЫВЕДЕН В ОТДЕЛЬНУЮ ПЕРЕМЕННУЮ.



**ЧАСТЬ 5**  
**ПРЕДСТАВИТЕЛИ БИЗНЕСА, ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ**

В этой части мы рассматриваем данные самостоятельного исследования – экспертный опрос представителей бизнеса. Интервью с респондентами состояло из двух блоков – знание, потребности, понимание финансовых услуг для бизнеса и с распоряжение личными финансами. Так как было опрошено всего около 100 представителей бизнеса, статистическая значимость этих данных подвержена большим колебаниям. Тем не менее, можно наблюдать и предсказать определенные тенденции среди представителей бизнеса.

**ТАБЛИЦА 5.1.**

**ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫБОРКИ:**

<b><u>КАТЕГОРИЯ</u></b>	<b><u>ГРУППА</u></b>	<b><u>ЧИСЛО</u></b> <b><u>ОПРОШЕННЫХ</u></b>	<b><u>ПРОЦЕНТ</u></b> <b><u>ОТ</u></b> <b><u>ВЫБОРКИ</u></b>
<b><i>ГОДОВОЙ ОБОРОТ КОМПАНИИ</i></b>	<b><i>МЕЛКИЕ – ДО 5 МЛН. РУБЛЕЙ</i></b>	<b><i>64</i></b>	<b><i>67,4</i></b>
	<b><i>СРЕДНИЕ – 5 – 15 МЛН. РУБЛЕЙ</i></b>	<b><i>21</i></b>	<b><i>22,1</i></b>
	<b><i>КРУПНЫЕ – 15 И БОЛЕЕ МЛН. РУБЛЕЙ</i></b>	<b><i>10</i></b>	<b><i>10,5</i></b>
<b><i>ФОРМА СОБСТВЕННОСТИ</i></b>	<b><i>ИП</i></b>	<b><i>24</i></b>	<b><i>25,3</i></b>
	<b><i>ЧП</i></b>	<b><i>5</i></b>	<b><i>5,3</i></b>
	<b><i>ООО</i></b>	<b><i>58</i></b>	<b><i>61,1</i></b>
	<b><i>ОАО, ЗАО</i></b>	<b><i>6</i></b>	<b><i>6,4</i></b>
	<b><i>ФОНДЫ, НКО</i></b>	<b><i>2</i></b>	<b><i>2,1</i></b>
<b><i>ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ О РАСПОРЯЖЕНИИ ФИНАНСАМИ, ЗАКЛЮЧЕНИИ СДЕЛОК И ПР.</i></b>	<b><i>РУКОВОДИТЕЛЬ (ЛИЧНО)</i></b>	<b><i>33</i></b>	<b><i>34,7</i></b>
	<b><i>СОВМЕСТНО С ДРУГИМИ СОТРУДНИКАМИ</i></b>	<b><i>62</i></b>	<b><i>65,3</i></b>
<b><i>РАБОТА В БИЗНЕСЕ</i></b>	<b><i>1-3 ГОДА</i></b>	<b><i>24</i></b>	<b><i>25,3</i></b>
	<b><i>4-10 ЛЕТ</i></b>	<b><i>42</i></b>	<b><i>44,2</i></b>
	<b><i>БОЛЕЕ 11 ЛЕТ</i></b>	<b><i>29</i></b>	<b><i>30,5</i></b>



**ТАБЛИЦА 5.2.**  
**ОЦЕНКА УРОВНЯ ДОХОДОВ**

<b>ОТМЕТЬТЕ, КАКИМ ПРИМЕРНО БЫЛ ДОХОД ВАШЕЙ СЕМЬИ В ПРОШЛОМ МЕСЯЦЕ</b>	<b>%</b>
ОТ 8,001 ДО 10,000 РУБЛЕЙ	2,1
ОТ 10,001 ДО 15,000 РУБЛЕЙ	7,4
ОТ 15,001 ДО 20,000 РУБЛЕЙ	4,2
ОТ 20,001 ДО 25,000 РУБЛЕЙ	6,3
ОТ 25,001 ДО 30,000 РУБЛЕЙ	9,5
ОТ 30,001 ДО 40,000 РУБЛЕЙ	20,0
ОТ 40,001 ДО 50,000 РУБЛЕЙ	7,4
ОТ 50,001 ДО 60,000 РУБЛЕЙ	5,3
ОТ 60,001 ДО 70,000 РУБЛЕЙ	5,3
ОТ 70,001 ДО 80,000 РУБЛЕЙ	2,1
ОТ 80,001 ДО 90,000 РУБЛЕЙ	2,1
ОТ 90,001 ДО 100,000 РУБЛЕЙ	1,1
ОТ 100,001 ДО 120,000 РУБЛЕЙ	6,3
СВЫШЕ 120 000 РУБЛЕЙ	6,3
НЕ ХОЧУ ОТВЕЧАТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС	14,7
TOTAL	100,0

**ТАБЛИЦА 5.3.**

<b><i>К КАКОМУ УРОВНЮ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА ВЫ СЕБЯ ОТНОСИТЕ?</i></b>	<b>%</b>
МЫ ЕДВА СВОДИМ КОНЦЫ С КОНЦАМИ, ДЕНЕГ НЕ ХВАТАЕТ ДАЖЕ НА ПРОДУКТЫ	2,1
НА ПРОДУКТЫ ДЕНЕГ ХВАТАЕТ, НО ПОКУПКА ОДЕЖДЫ ВЫЗЫВАЕТ ФИНАНСОВЫЕ ЗАТРУДНЕНИЯ	10,5
ДЕНЕГ ХВАТАЕТ НА ПРОДУКТЫ И ОДЕЖДУ, НО ПОКУПКА ВЕЩЕЙ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ СЕЙЧАС НЕДОСТУПНА	51,6
МЫ МОЖЕМ БЕЗ ТРУДА ПРИОБРЕТАТЬ ВЕЩИ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ, ОДНАКО ДЛЯ НАС ЗАТРУДНИТЕЛЬНО ПРИОБРЕТАТЬ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ДОРОГИЕ ВЕЩИ	34,7
ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	1,1
TOTAL	100,0

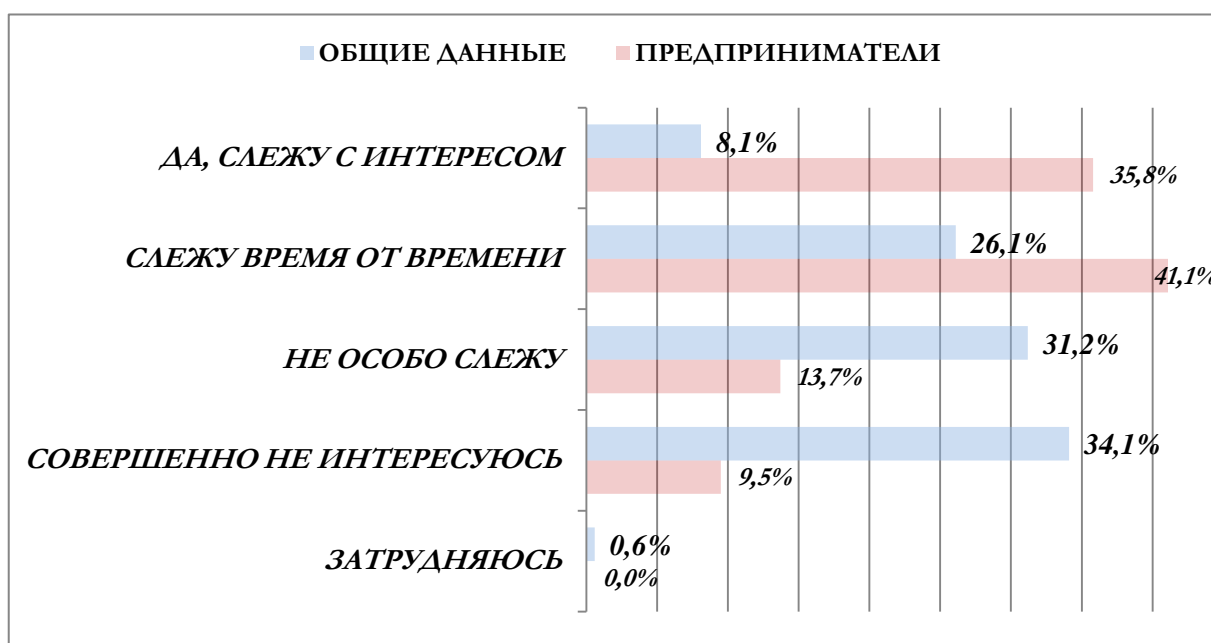


Мы объединили всех предпринимателей в этом отчете, независимо от вида деятельности предприятия. Хотя понятно, что лоточник с оборотом около миллиона в год и крупный предприниматель имеют во многих вопросах разное мировоззрение и финансовое поведение. Тем не менее, класс предпринимателей – один. Это люди, которые действуют на свой страх и риск и отличаются от обычных обывателей – у них зачастую больше ответственности, они вынуждены, чтобы сохранить бизнес, смотреть «выше, дальше». Соответственно в вопросе заинтересованности в финансовых событиях мы видим, что интерес предпринимателей – это подавляющее число 2/3.

**ГРАФИК 5.4.**

**СКАЖИТЕ, ВЫ СЛЕДИТЕ ЗА СОБЫТИЯМИ В ФИНАНСОВОЙ, БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ?**

(ОДИН ОТВЕТ)



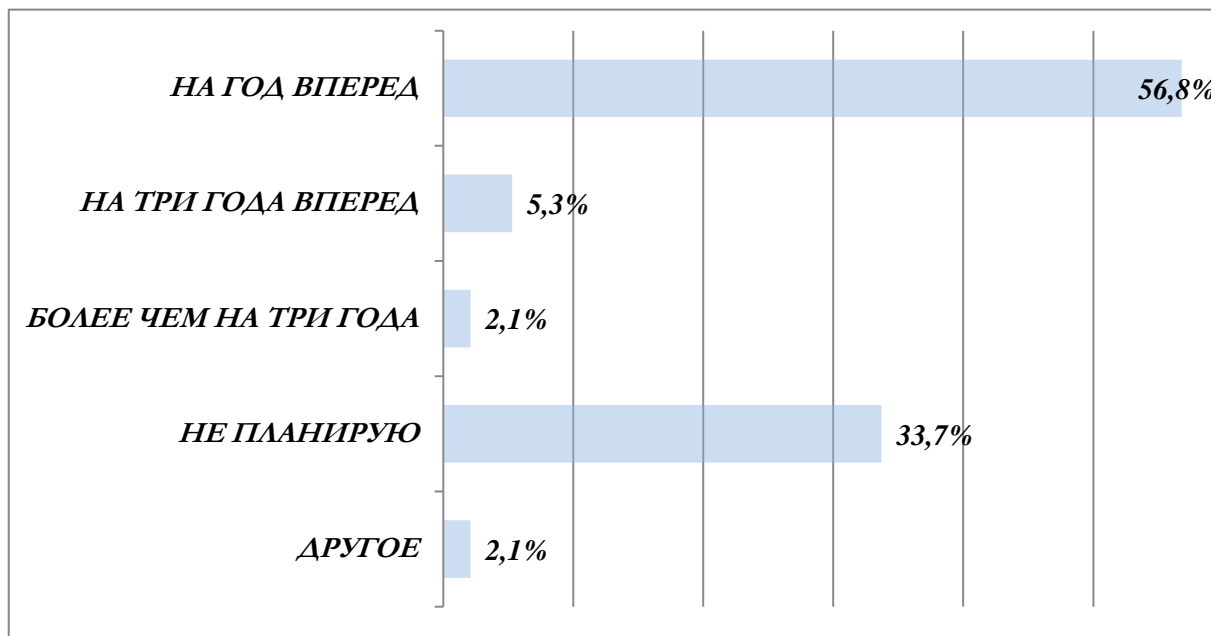
Сложная экономическая ситуация, постоянно меняющаяся ситуация на финансовых рынках и многие факторы влияют на планирование перспектив развития бизнеса. На три года планируют бизнес лишь около 5%. Что самое интересное, треть вообще не планирует бюджет своей компании, надеясь на русский авось. Для многих это сезонная работы, для кого-то зависимость от европейской конъюнктуры и т.д.





**ГРАФИК 5.5.****СКАЖИТЕ, КАК ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ БЮДЖЕТ СВОЕЙ КОМПАНИИ?**

(ОДИН ОТВЕТ)

**В ЧИСЛЕ ОТВЕТОВ: «НЕ ПЛАНИРУЮ» БЫЛИ НАЗВАНЫ СЛЕДУЮЩИЕ ПРИЧИНЫ:**

«ЗАВИСИМЫ ОТ ЗАКАЗОВ», «ЗАВИСИТ ОТ КЛИЕНТОВ», «ЗАВИСИТ ОТ МАТЕРИАЛЬНЫХ СРЕДСТВ», «КАК ПРИДЕТСЯ», «НА ОДИН МЕСЯЦ», «НЕ МОЖЕМ, ПЛАНИРУЕМ НА МЕСЯЦ ИЗ-ЗА НЕСТАБИЛЬНОСТИ РЫНКА», «НЕ ЗАПЛАНИРУЕШЬ (МЕНЯЕТСЯ ФИНАНСОВАЯ СИТУАЦИЯ)», «НЕТ НЕОБХОДИМОСТИ-НЕ ВИЖУ ТАКОВУЮ», «НИКОГДА НЕ ПЛАНИРОВАЛ», «ДОХОДЫ НЕ ТАКИЕ ОГРОМНЫЕ», «ВСЕ ИДЕТ САМО СОБОЙ», «ПОЛОВИНА ТОВАРА НА РЕАЛИЗАЦИИ, ВЕЧНО В ДОЛГАХ», «СЕЗОННАЯ РАБОТА».

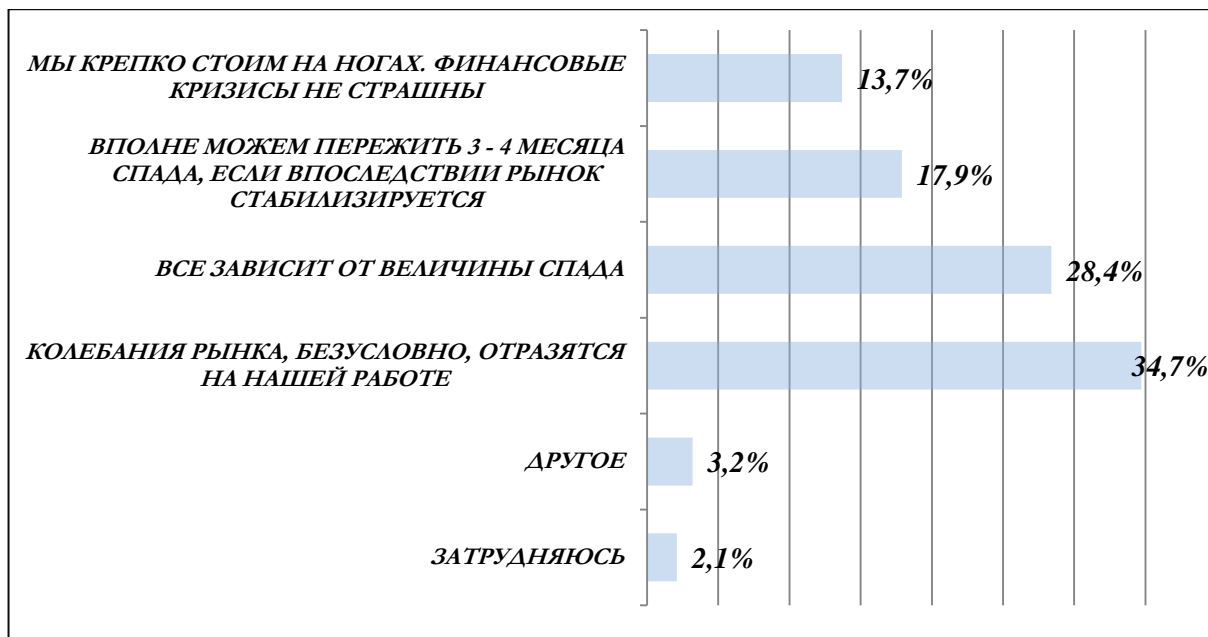
После подобных комментариев вполне логично выяснить, насколько компании чувствуют себя уверенно, могут ли выдержать краткосрочное падение рынка.

Уверенность предпринимателей в завтрашнем дне довольно слабая – 13,7%. Основная доля опрошенных заявляет о том, что так или иначе они зависят от колебаний финансового рынка. Что происходит сейчас при массовом падении индексов, росте валюты. И это было уже не раз в нашей истории. Данные показывают, что они абсолютно правы, так как колебание финансового рынка сильно влияет на бизнес региона. Для многих важна ситуация в Европе и стабильность евро.



**ГРАФИК 5.6.**

**КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, НАСКОЛЬКОВАША КОМПАНИЯ УСТОЙЧИВА, ЗАВИСИТ ЛИ ОТ КОЛЕБАНИЙ ФИНАНСОВОГО РЫНКА?**



Рассмотрим распределение данных в зависимости от величины компаний (мелкие, средние, крупные)

Величина компаний – это базовое условие ведения бизнеса. Чем больше компания, тем прочнее она стоит на ногах.

**ТАБЛИЦА 5.7.**

КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, НАСКОЛЬКО ВАША КОМПАНИЯ УСТОЙЧИВА, ЗАВИСИТ ЛИ ОТ КОЛЕБАНИЙ ФИНАНСОВОГО РЫНКА?	ГОДОВОЙ ОБОРОТ КОМПАНИИ			
	МЕНЕЕ 5 МЛН. РУБЛЕЙ	6-15 МЛН. РУБЛЕЙ	БОЛЕЕ 15 МЛН. РУБЛЕЙ	Total
	МЕЛКИЕ,%	СРЕДНИЕ,%	КРУПНЫЕ,%	
МЫ КРЕПКО СТОИМ НА НОГАХ, ФИНАНСОВЫЕ КРИЗИСЫ НЕ СТРАШНЫ	6,3%	14,3%	60,0%	13,7%
МЫ ВПОЛНЕ МОЖЕМ ПЕРЕЖИТЬ 3 - 4 МЕСЯЦА СПАДА, ЕСЛИ В ПОСЛЕДСТВИИ СИТУАЦИЯ СТАБИЛИЗИРУЕТСЯ	23,4%	9,5%	,0%	17,9%
ВСЕ ЗАВИСИТ ОТ ВЕЛИЧИНЫ СПАДА	26,6%	42,9%	10,0%	28,4%
КОЛЕБАНИЯ РЫНКА, БЕЗУСЛОВНО, ОТРАЗЯТСЯ НА НАШЕЙ РАБОТЕ	39,1%	23,8%	30,0%	34,7%
ДРУГОЕ	4,7%	,0%	,0%	3,2%
ЗАТРУДНЯЮСЬ	,0%	9,5%	,0%	2,1%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



В случае конфликта половина предприятий будут решать проблему за счет внутренних резервов, собственных сил. Видимо предыдущий опыт подсказывает, что это самое правильное решение.

**ТАБЛИЦА 5.8.**

**СКАЖИТЕ, В СЛУЧАЕ КОНФЛИКТА С КРЕДИТНОЙ, СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ КАК ВЫ, СКОРЕЕ ВСЕГО, ПОСТУПИТЕ?**

		%
1	БУДУ РЕШАТЬ ПРОБЛЕМУ ВНУТРИ КОМПАНИИ (РАБОТА ЮРИСТОВ, ФИНАНСОВОЙ СЛУЖБЫ ВНУТРИ КОМПАНИИ)	50,5
2	ОБРАЩУСЬ ЗА ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ В ЧАСТНЫЕ ФИРМЫ	15,8
3	ОБРАЩУСЬ ЗА ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМОЙ ГОСУДАРСТВОМ	18,9
4	БУДУ РЕШАТЬ ПРОБЛЕМУ С ПОМОЩЬЮ СВОИХ СВЯЗЕЙ, ДЕНЕГ И ПР.	14,7

**ТАБЛИЦА 5.9.**

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВЕЛИЧИНЫ КОМПАНИИ:**

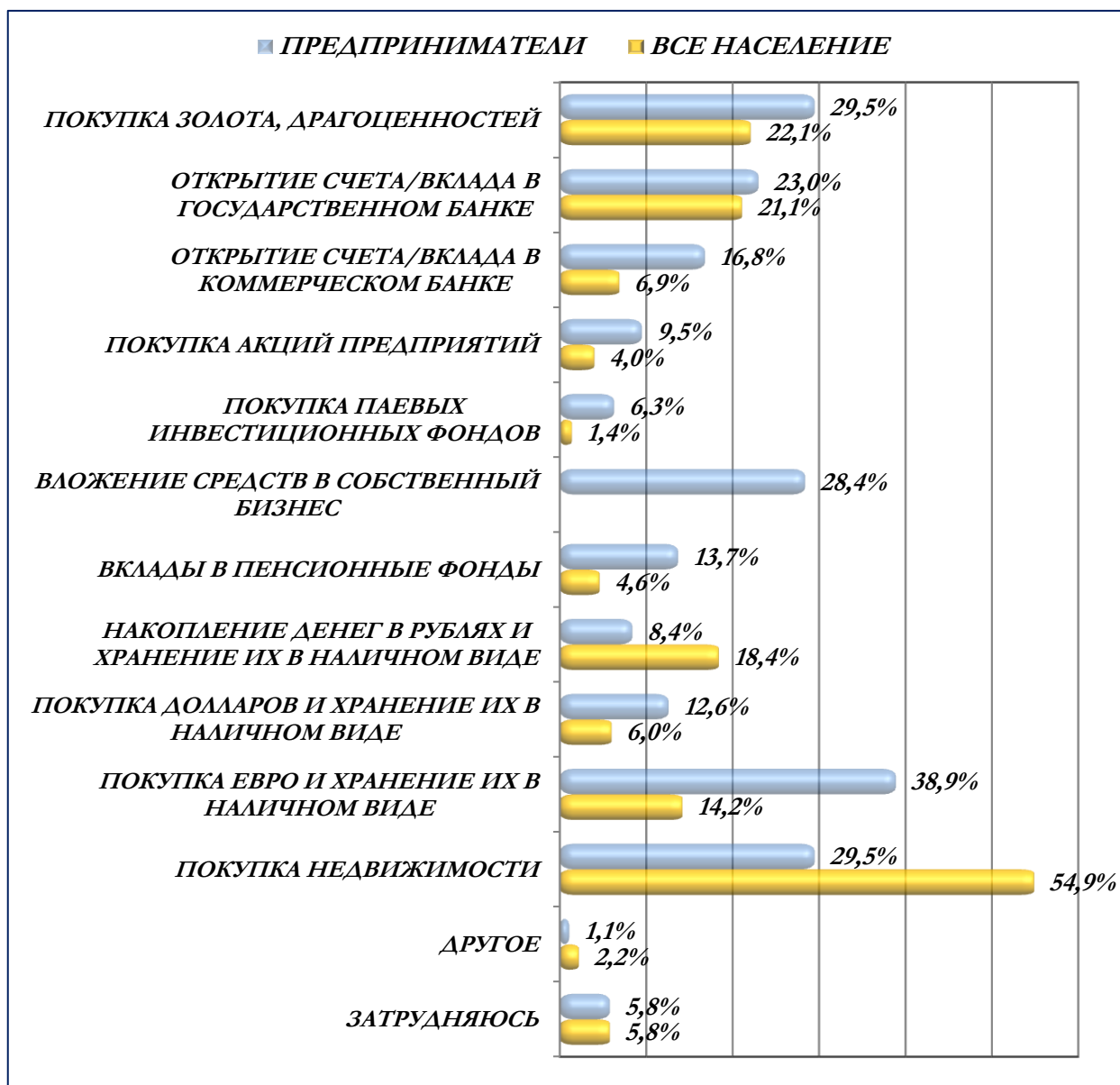
		Мелкие, %	Средние, %	Крупные, %
1	БУДУ РЕШАТЬ ПРОБЛЕМУ ВНУТРИ КОМПАНИИ (РАБОТА ЮРИСТОВ, ФИНАНСОВОЙ СЛУЖБЫ ВНУТРИ КОМПАНИИ)	51,6	42,9	60,0
2	ОБРАЩУСЬ ЗА ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ В ЧАСТНЫЕ ФИРМЫ	17,2	14,3	10,0
3	ОБРАЩУСЬ ЗА ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМОЙ ГОСУДАРСТВОМ	17,2	28,6	10,0
4	БУДУ РЕШАТЬ ПРОБЛЕМУ С ПОМОЩЬЮ СВОИХ СВЯЗЕЙ, ДЕНЕГ И ПР.	14,1	14,3	20,0
	Total	100	100	100

Если мы посмотрим на эффективные и надежные способы вложения денег, то мнение предпринимателей очень сильно отличается от общей картины. Идет доминирование вложений в собственный бизнес, покупка золота и драгоценностей, доверие евро составляет более 38%. В три раза превышение потребности евро, и можно предположить, что рост евро очень сильно ударит по их карману, что собственно говоря, сейчас и происходит. Предприниматели менее доверяют покупке недвижимости, потому что это долгосрочное вложение и не является ликвидным, то есть ее нельзя быстро продать.



**ГРАФИК 5.10.**

**КАКИЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ НИЖЕ СПОСОБОВ ВЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ВАМ НАИБОЛЕЕ НАДЕЖНЫМИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ? НА ГРАФИКЕ ПРИВОДИТСЯ КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ РЕСПОНДЕНТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС. ДАННЫЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ В СРАВНЕНИИ С ОБЩИМИ ДАННЫМИ.**



Информация о финансовых услугах для бизнеса, как мы можем предположить, отчасти связана с видами деятельности компаний и потребностью в тех или иных услугах. Конечно, предприниматели в основной массе хорошо знакомы с основными банковскими услугами или теми, которые давно существуют. А вот новые услуги типа факторинга, эквайринга знакомы от 2 до 4% из них. Лизинг и операции с драгоценными металлами потенциально могли бы быть более популярными, но можно предположить, что большинство незнакомо с тем, как



работают эти услуги. Достаточно посмотреть на таблицу 5.12. о том, чем сейчас пользуются предприниматели. Важным для бизнеса банковским продуктом является кредитование. Однако сейчас им пользуется около трети опрошенных компаний. Далее в комментариях ответов на открытый вопрос мы приведем те проблемы работы с финансовыми инструментами, которые называли представители бизнеса. Одна из главных проблем – недостаток денег на развитие бизнеса и сложность получения кредитов.

**ТАБЛИЦА 5.11.**

**СКАЖИТЕ, О КАКИХ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ ВЫ ХОРОШО ЗНАЕТЕ, ИНФОРМИРОВАНЫ, ЗНАКОМЫ С УСЛОВИЯМИ ИХ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ?** (ВОПРОС ЗАДАВАЛСЯ ПО КАРТОЧКЕ, ФИКСИРОВАЛИСЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ. В ТАБЛИЦЕ ПРИВОДИТСЯ КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ВОПРОС)

<b>УСЛУГА</b>	<b>Кумулятивный %</b>
РАСЧЕТНО-КАССОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ	84,2%
ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ	43,2%
ДЕПОЗИТЫ	42,1%
ДЕПОЗИТАРНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ	15,8%
АРЕНДА БАНКОВСКИХ СЕЙФОВ	29,5%
КРЕДИТОВАНИЕ	65,3%
ДОКУМЕНТАРНЫЕ ОПЕРАЦИИ	29,5%
БАНКОВСКИЕ ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТЫ, ЗАРПЛАТНЫЕ ПРОЕКТЫ	56,8%
ОПЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ	14,7%
ОПЕРАЦИИ С ДРАГОЦЕННЫМИ МЕТАЛЛАМИ	8,4%
ГАРАНТИЙНЫЕ ОПЕРАЦИИ	15,8%
ЛИЗИНГ	21,1%
КОНВЕРСИОННЫЕ ОПЕРАЦИИ (ОПЕРАЦИИ ПОКУПКИ/ПРОДАЖИ БЕЗНАЛИЧНОЙ ИНОСТРАННОЙ ВАЛЮТЫ)	16,8%
ИНКАССАЦИЯ И СОПРОВОЖДЕНИЕ ВЫРУЧКИ И ДЕНЕЖНЫХ ЦЕННОСТЕЙ	18,9%
ИНТЕРНЕТ-БАНК	41,1%
ФАКТОРИНГ	4,2%
ЭКВАИРИНГ	2,1%
МЕЖДУНАРОДНЫЕ РАСЧЕТЫ	16,8%
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ	11,6%
ДРУГИЕ	1,1%
ВСЕ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО	9,5%
<i>Total</i>	548,4%



**ТАБЛИЦА 5.12****СКАЖИТЕ, КАКИМИ ИЗ ЭТИХ КОРПОРАТИВНЫХ УСЛУГ ВЫ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?**

<b>УСЛУГА</b>	<b>Кумулятивный %</b>
РАСЧЕТНО-КАССОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ	83,2%
ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ	24,2%
ДЕПОЗИТЫ	14,7%
ДЕПОЗИТАРНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ	4,2%
АРЕНДА БАНКОВСКИХ СЕИФОВ	7,4%
КРЕДИТОВАНИЕ	32,6%
ДОКУМЕНТАРНЫЕ ОПЕРАЦИИ	23,2%
БАНКОВСКИЕ ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТЫ, ЗАРПЛАТНЫЕ ПРОЕКТЫ	27,4%
ОПЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ	3,2%
ГАРАНТИЙНЫЕ ОПЕРАЦИИ	4,2%
ЛИЗИНГ	4,2%
КОНВЕРСИОННЫЕ ОПЕРАЦИИ (ОПЕРАЦИИ ПОКУПКИ/ ПРОДАЖИ БЕЗНАЛИЧНО	5,3%
ИНКАССАЦИЯ И СОПРОВОЖДЕНИЕ ВЫРУЧКИ И ДЕНЕЖНЫХ ЦЕННОСТЕЙ	4,2%
ИНТЕРНЕТ-БАНК	29,5%
ЭКВАИРИНГ	1,1%
МЕЖДУНАРОДНЫЕ РАСЧЕТЫ	8,4%
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ УСЛУГИ	1,1%
НЕ ХОЧУ ОТВЕЧАТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС/ЗАТРУДНЯЮСЬ	3,2%

Следующий вопрос касается источников, из которых предприниматели получают информацию о финансовых услугах. Картина довольно пестрая, нет единого популярного и понятного для всех. Скорее, это недостаток пиара самих медиа-инструментов. Более половины ищут необходимую информацию через интернет, но нет ярких и популярных узкоспециализированных сайтов. Еще 4 – 5 лет назад получение информации через интернет было относительно низким, то сейчас это доминирует. Телевидение и газеты имеют относительно низкую популярность с точки зрения получения информации о финансовых услугах.



**ТАБЛИЦА 5.13**

**СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, КАКИМИ ИСТОЧНИКАМИ ВЫ ПОЛЬЗУЕТЕСЬ ПРИ ПОЛУЧЕНИИ ИНФОРМАЦИИ О РАСПОРЯЖЕНИИ ФИНАНСАМИ? (ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС).**

<b>НАЗВАННЫЙ РЕСПОНДЕНТОМ ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ</b>	<b>ЧИСЛО УПОМИНАНИЙ</b>
ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ, САЙТЫ	55
ВСЕМИ СМІ/ВЕЗДЕ, ГДЕ ДОСТУПНО	18
ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК ИСТОЧНИК. ТОЧНЕЕ СКАЗАТЬ НЕ МОГУ	15
НИКАКИЕ/ЗАТРУДНЯЮСЬ	7
ТЕЛЕКАНАЛ РБК	7
ПЕЧАТНЫЕ СМІ/ГАЗЕТЫ	7
УКАЗАНИЯ ВЫШЕСТОЯЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ/РУКОВОДСТВУЮСЬ ВЫШЕСТОЯЩИМИ РАСПОРЯЖЕНИЯМИ	3
БИЗНЕСРАДИО	2
ЧТО ПОДСКАЖУТ БЛИЗКИЕ, РЕКОМЕНДАЦИИ	2
NEWKALININGRAD.RU.	1
GORODKANTA.RU	1
АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ	1
БИРЖЕВЫЕ ИНТЕРНЕТ РЕСУРСЫ	1
5 КАНАЛ НОВОСТИ	1
ТВ КАНАЛ ЕВРОНЬЮС	1
.СПЕЦИАЛТЕРАТУРА	1
КОНСУЛЬТАЦИИ У ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ	1
НОРМАТИВНЫЕ АКТЫ	1
ГАЗЕТА "ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЖИЗНЬ"	1
РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА,	1
СЕМІНАРЫ,	1
СПЕЦИАЛТЕРАТУРА.	1
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО	1
"БЛУМБЕРГ"	1
ИНТЕРНЕТ "X-RAYS"	1
ГАЗЕТА "КОММЕРСАНТ	1
ТВ-РОССИЯ 24	1

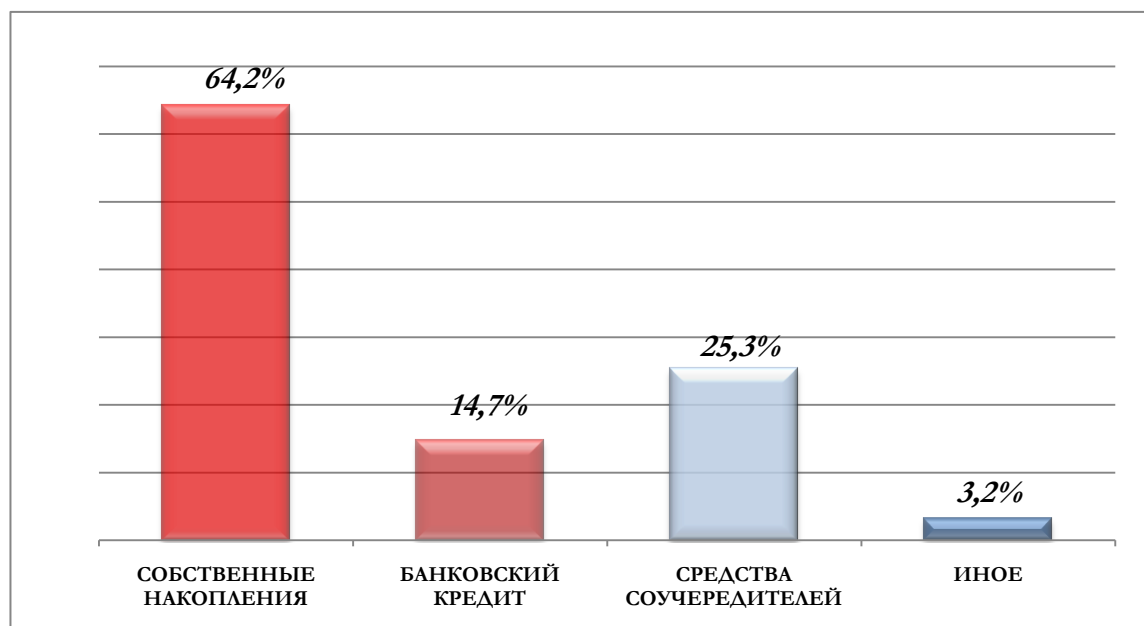


Две трети предпринимателей развивали свой бизнес за счет собственных средств, каждый четвертый также использовал средства соучредителей. Кредитование при старте бизнес - проектов отмечали 14,7% респондентов. Это каждый седьмой предприниматель. Что полностью отличается от американской или европейской бизнес - модели, где банки оказывают значительную помощь.

**ГРАФИК 5.14.**

**ЗА СЧЕТ КАКИХ СРЕДСТВ ВЫ НАЧИНАЛИ (РАЗВИВАЛИ) СВОЙ БИЗНЕС?**

НА ГРАФИКЕ ПРИВОДИТСЯ КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ ОТВЕТОВ НА ЭТОТ ВОПРОС, ТАК КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ НАЗЫВАЛИ ИНОГДА НЕСКОЛЬКО ИСТОЧНИКОВ.



При рассмотрении инвестиций в бизнес похожая картина – более 70% будут рассчитывать практически только на себя – на прибыль предприятия. Банковские кредиты и средства сторонних инвесторов рассматривает почти каждый пятый предприниматель. Что говорит о некой слабости банков как финансовых институтов, что не позволяет предпринимателям сейчас опираться в инвестициях именно на них.





**ТАБЛИЦА 5.15.****КАКИЕ ИСТОЧНИКИ ИНВЕСТИЦИЙ ВЫ ТЕОРЕТИЧЕСКИ ИЛИ ПРАКТИЧЕСКИ РАССМАТРИВАЕТЕ?**

№	ИСТОЧНИКИ ИНВЕСТИЦИИ	КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ
1	ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	71,6%
2	БАНКОВСКИЕ КРЕДИТЫ	22,1%
3	СРЕДСТВА СТОРОННИХ ИНВЕСТОРОВ	18,9%
4	РАЗМЕЩЕНИЕ ОБЛИГАЦИЙ	1,1%
5	РАЗМЕЩЕНИЕ АКЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	1,1%
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ	1,1%

Предпочтительные источники инвестиций в зависимости от величины компаний отражают общую тенденцию, которая описана выше. Основное отличие - средства сторонних инвесторов больше предполагают использовать средние и крупные компании.

**ТАБЛИЦА 5.16****ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ИНВЕСТИЦИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВЕЛИЧИНЫ КОМПАНИИ.**

№	ИСТОЧНИКИ ИНВЕСТИЦИИ	МЕЛКИЕ,	СРЕДНИЕ,	КРУПНЫЕ,
		КУМУЛЯТИВНЫЙ %	КУМУЛЯТИВНЫЙ %	КУМУЛЯТИВНЫЙ %
1	ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	75,0	61,9	70,0
2	БАНКОВСКИЕ КРЕДИТЫ	23,4	19,0	20,0
3	СРЕДСТВА СТОРОННИХ ИНВЕСТОРОВ	12,5	28,6	40,0
4	РАЗМЕЩЕНИЕ ОБЛИГАЦИЙ	1,6	0,0	0,0
5	РАЗМЕЩЕНИЕ АКЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	1,6	0,0	0,0
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ	0,0	4,8	0,0



В следующей части отчета мы приводим дословные комментарии предпринимателей на открытые вопросы о том, с какими сложностями они сталкивались при управлении финансами, какая информация была бы интересна для их бизнеса. Во всех случаях есть доля тех, кто индифферентен к проблемам или новой информации. Это как правило компании, которые давно существуют на рынке и их представители чувствуют себя в мире бизнеса «как рыба в воде» - таких около трети.

**ТАБЛИЦА 5.17.**

***С КАКИМИ СЛОЖНОСТЯМИ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ВЫ СТАЛКИВАЛИСЬ В СВОЕЙ РАБОТЕ? В НЕСКОЛЬКИХ СЛОВАХ ОПИШИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, СИТУАЦИЮ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ДЛЯ БИЗНЕСА, КАК ВЫ ЕЕ ВИДИТЕ?***

<b>КОММЕНТАРИЙ</b>	<b>ЧИСЛО УПОМИНАНИЙ ПРОБЛЕМЫ</b>
ОСОБЫХ ПРОБЛЕМ НЕТ	37
ВЫСОКИЕ НАЛОГИ, ТАМОЖЕННЫЕ СБОРЫ	7
КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА, КРЕДИТЫ ДЛЯ БИЗНЕСА, НЕВОЗМОЖНО ВЗЯТЬ КРЕДИТ	6
НЕДОСТАТОК СРЕДСТВ НА РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, НЕДОСТАТОК ФИНАНСОВ	3
СЛОЖНО КОНТРОЛИРОВАТЬ ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА	2
%СТАВКИ БАНКОВСКИХ КРЕДИТОВ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	1
ЕСТЬ НОРМАТИВЫ, ДОГОВОРА, ПРОБЛЕМ НЕТ, ВСЕ СТРОГО ПО ЗАКОНУ	1
ЗАМОРОЧКИ В БУХГАЛТЕРИИ	1
ИНФОРМАЦИЯ ВЕЗДЕ НЕ ТОЧНАЯ И РАСПЛЫВЧАТАЯ	1
КРИЗИС НЕПЛАТЕЖЕЙ	1
МАЛАЯ ДОХОДНОСТЬ ГЕНЕРАТОРОВ ПРИБЫЛИ.	1
НЕДОСТОВЕРНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ	1
МАЛЕНЬКИЕ ВЫРУЧКИ, БОЛЬШАЯ КОНКУРЕНЦИЯ	1
МАЛЕНЬКИЕ ВЫРУЧКИ	1
НАДЕЖНОГО КЛИЕНТА ТРУДНО НАЙТИ, РИСКИ ВЛОЖЕНИЯ КАПИТАЛА	1
ПОЛУЧЕНИЕ ЛИЦЕНЗИЙ	1
В РАБОТЕ С НАЛОГОВОЙ СЛУЖБОЙ	1
НЕДОСТАТОЧНО ОПЫТА И ЗНАНИЙ	1
НЕДОСТАТОЧНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ОБОРОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ	1
НЕРАВНОМЕРНЫЙ ОБОРОТ ПРИБЫЛИ	1
НЕРЕНТАБЕЛЬНОСТЬ, ПРИБЫЛИ НЕТ	1
НЕСОВЕРШЕНСТВО СИСТЕМЫ, НЕЗНАНИЕ ВСЕГО ОБЪЕМА СООТНОШЕНИЙ ЗАТРАТЫ-ПРИБЫЛЬ	1



НЕСТАБИЛЬНОСТЬ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ, НЕПРОГНОЗИРУЕМОСТЬ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ И РЫНКА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ, НЕЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ БАНКОВ ВКЛАДЫВАТЬ ДЕНЬГИ В ПРОИЗВОДСТВО ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ	1
НЕСТАБИЛЬНЫЕ ЦЕНЫ НА РЫНКЕ	1
НЕТ ПОДДЕРЖКИ МАЛОМУ БИЗНЕСУ, НЕТ ЛЬГОТ СО СТОРОНЫ ГОСУДАРСТВА, ОДНИ ПОБОРЫ	1
НЕТ РЕАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОМУ БИЗНЕСУ, ТОЛЬКО ДУШАТ НАЛОГАМИ, В БАНКАХ ВЫСОКИЕ ПРОЦЕНТЫ	1
НИЗКИЕ ВЫРУЧКИ	1
НИЗКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ ПОДЧИНЕННЫХ	1
НИЗКИЙ ПРОФЕССИОНАЛИЗМ В ЭТОЙ СФЕРЕ	1
ОТСУТСТВИЕ ДОСТАТОЧНЫХ ФИНАНСОВ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА	1
ОТСУТСТВИЕ СРЕДСТВ У НАСЕЛЕНИЯ ДЛЯ ПОКУПКИ БОЛЕЕ КАЧЕСТВЕННОГО ТОВАРА	1
ОФОРМЛЕНИЕ ЛИЦЕНЗИИ НА СТОМАТОЛОГИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ - ТРЕБУЮТ МНОГО НЕНУЖНЫХ, НАДУМАННЫХ ЗАТРАТ	1
ПАДЕНИЕ ДОЛЛАРА, ЕВРО - ОЧЕНЬ НЕ УСТРАИВАЕТ НАШ БИЗНЕС	1
ПЛОХАЯ ПРОФПОДГОТОВКА В СФЕРЕ ФИНАНСОВ, В ЛЮБОЙ СФЕРЕ ГОРОДА	1
НЕТ ПРОФЕССИОНАЛЛОВ	1
ПЛОХАЯ СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ-ИНФОРМАТИВНОСТИ	1
ПОГАШЕНИЕ ЗАДОЛЖНОСТИ ПОСТАВЩИКАМ	1
ПОИСК ПАРТНЕРОВ, НЕДОСТАТОЧНО ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ	1
ПОЛУЧИТЬ СЛОЖНО КРЕДИТ - БОЛЬШОЙ ПРОЦЕНТ, МНОГО ДОКУМЕНТОВ, ВОЛОКИТА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ	1
ПОРЯДОЧНОСТЬ ЗАКАЗЧИКОВ	1
ПРОБЛЕМ МНОГО-СРАЗУ НЕ СФОРМУЛИРОВАТЬ	1
ПРОБЛЕМА ВЗЯТЬ КРЕДИТ ПОД БИЗНЕС, БОЛЬШОЙ ПРОЦЕНТ - НЕ ВЫГОДНО	1
СДАЧА ОБЪЕКТА-ВОЛОКИТА	1
СЛАБАЯ ГРАМОТНОСТЬ КЛИЕНТОВ	1
СЛАБЫЕ КАДРЫ	1
СЛОЖНО С НАДЕЖНЫМИ ПАРТНЕРАМИ	1
СЛОЖНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	1
ФИНАНСИРОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА	1
ХРОНИЧЕСКОЕ БЕЗНАДЕЖЬЕ, КЛИЕНТОВ НЕТ, ВЫРУЧКИ НЕТ, РАДОСТИ МАЛО	1



**ТАБЛИЦА 5.18**

**СКАЖИТЕ, ИНФОРМАЦИЯ О КАКИХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ В ПРИНЦИПЕ БЫЛА БЫ ИНТЕРЕСНА ДЛЯ ВАШЕЙ КОМПАНИИ?**

	ЧИСЛО УПОМИНАНИЙ
КРЕДИТОВАНИЕ ДЛЯ БИЗНЕСА	26
НИЧЕГО, ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ ДОСТУПНА, ХОРОШО РАЗБИРАЮСЬ	25
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	12
БОЛЕЕ УГЛУБЛЕННЫЕ ЗНАНИЯ ПО ВСЕМ БАНКОВСКИМ УСЛУГАМ	6
ОПЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ	3
БАНКОВСКАЯ СФЕРА	2
КРЕДИТНЫЕ ДОГОВОРА - ДОСТУПНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ	2
ГАРАНТИЙНЫЕ ОПЕРАЦИИ	2
ФАКТОРИНГ, ЛИЗИНГ	2
ЭКВАЙРИНГ	2
КАК ЗАЩИТИТЬ СВОЙ БИЗНЕС	1
БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ БИЗНЕСА. ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРАВ	1
ВСЕ НАДОЕЛО, УСТАЛИ ОТ НИЩЕГО БИЗНЕСА	1
ВСЕ ЧТО ВСЯЗАНО С ФИНАНСОВЫМ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА	1
ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ ЕСТЬ-НАДО ЗНАТЬ ГДЕ ЕЕ БРАТЬ	1
ЗАЩИТА ОТ АФЕРИСТОВ	1
ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРАВ	1
РАЗВИТИЕ РЫНКА	1
СТРАХОВАНИЕ, БИРЖА	1
КАК ЗАРАБОТАТЬ ДЕНЕГ	1
КАК ЗАЩИТИТЬ БИЗНЕС. НАЛОГИ	1
КАК РАЗВИТЬ БИЗНЕС, ПЛАНИРОВАНИЕ, ЛИМИТ НА АРЕНДУ	1
КРЕДИТОВАНИЕ ЗА 2%	1
ВЛОЖЕНИЕ И ОБОРОТ КАПИТАЛА	1
РОЗНИЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ	1
ИХ % СТАВКИ	1
ВСЕ ВАЛЮТНЫЕ ОПЕРАЦИИ	1
ЛИЗИНГ, ФАКТОРИНГ	1
ЛИЗИНГ, ПОМОЩЬ МАЛОМУ БИЗНЕСУ, ДОСТАВКА МАТЕРИАЛОВ ЧЕРЕЗ ГРАНИЦУ	1
ЛИЦЕНЗИИ.НАЛОГИ.ТАМОЖНЯ	1
МЕЖДУНАРОДНЫЕ РАСЧЕТЫ	1
НАЛОГООБЛАЖЕНИЕ	1
НИКАКИХ, ХОЧУ УЙТИ НА ПЕНСИЮ И ЗАНИМАТЬСЯ СВОИМИ ВНУКАМИ, ЖАЛКО ВЫЛОЖЕННЫХ ДЕНЕГ	1
НОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ ВОВРЕМЯ	1
НОВОЕ И ВОВРЕМЯ	1



О СНИЖЕНИИ, ПОВЫШЕНИИ КРЕДИТНЫХ СТАВОК	1
ОБО ВСЕМ НОВОМ	1
ПРИБРЕТЕНИЕ НЕДВИЖИМОСТИ	1
СРАЗУ НЕ СКАЖЕШЬ-НАДО ПОДУМАТЬ	1
СТРАХОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	1
У НАС ЕСТЬ ИНТЕРНЕТ, ВСЕ МОЖНО УЗНАТЬ	1
УПРОСТИТЬ КЛИЕНТ-БАНК	1
ФИНАНСИРОВАНИЕ.КРЕДИТОВАНИЕ.НАЛОГООБЛАЖЕНИЕ	1
ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ	1
ФОНДОВЫЕ РЫНКИ И ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ	1

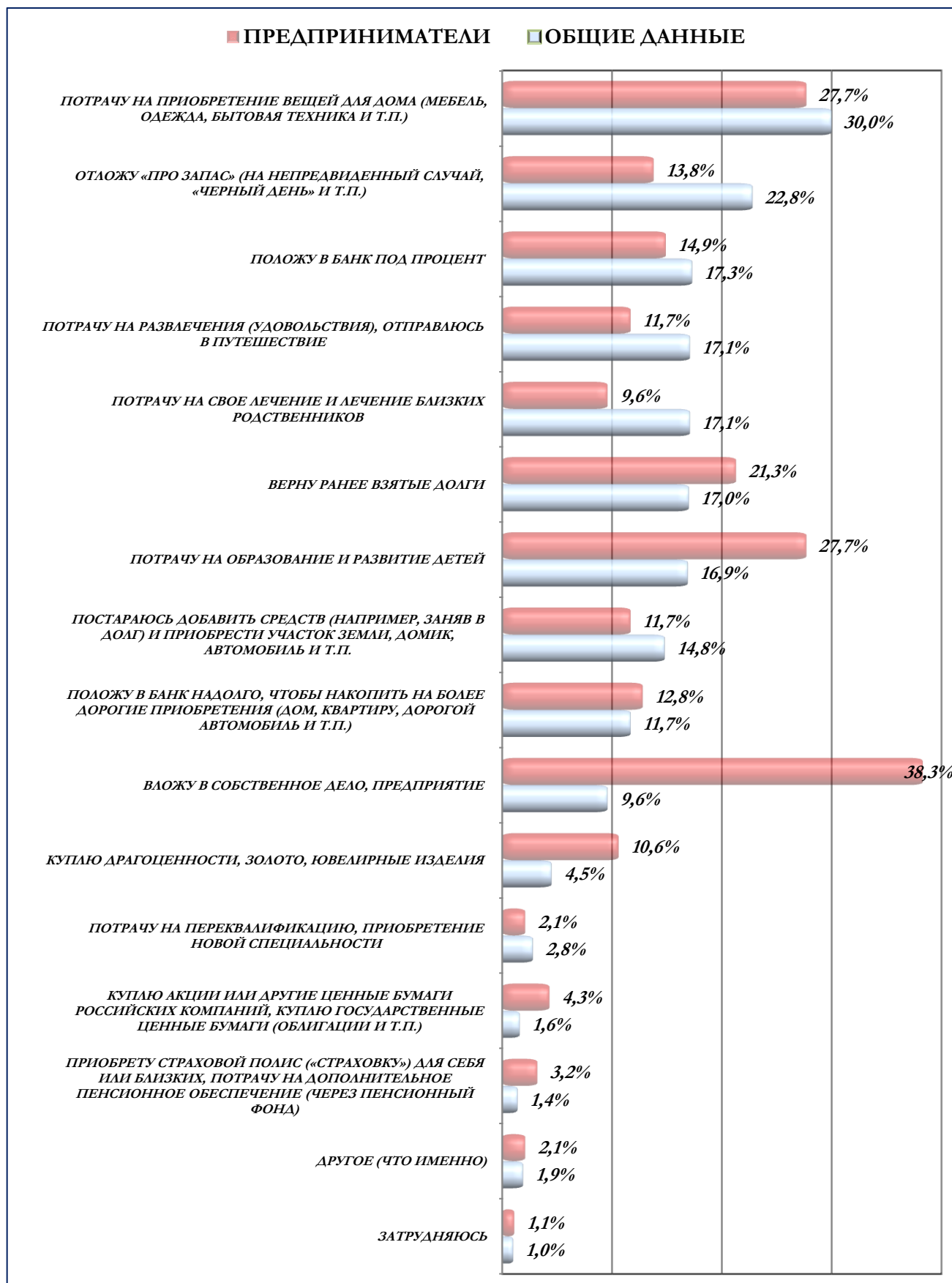
Следующие вопросы мы задавали предпринимателям как физическим лицам, говорили о распоряжении личными деньгами. Показательно то, что и случайные деньги более 38% направят на развитие своего бизнеса. По сравнению с мнением других социальных групп, у предпринимателей выше процент тех, кто потенциально делать инвестиции, не связанные с финансовыми институтами – это и образование и развитие детей, и развитие бизнеса.

Можно предположить, что в отношении личных финансов предприниматели весьма осторожны, меньше тех, кто положит деньги в банк под процент, сразу станет тратить на отдых или лечение. С другой стороны, среди предпринимателей значительно больше тех, кто готов пользоваться относительно непопулярными финансовыми инструментами - вложить деньги в ПИФа, акции, ценные бумаги, приобретет страховку.



**ГРАФИК 5.19.**

**ПРЕДПОЛОЖИМ, ЧТО ДОПОЛНИТЕЛЬНО К СВОЕМУ ОБЫЧНОМУ ДОХОДУ ВЫ ПОЛУЧИЛИ ДЕНЕЖНУЮ СУММУ В РАЗМЕРЕ 100 ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ. КАК ВЫ, СКОРЕЕ ВСЕГО, РАСПОРЯДИТЕСЬ ЭТИМИ ДЕНЬГАМИ? КАРТОЧКА 2. ДО 3 ВАРИАНТОВ ОТВЕТА**



Модель жизни на пенсии глазами сегодняшних предпринимателей в целом не отличается от остального населения. Исключение составляет лишь несколько позиций. Больше рассчитывают на помощь детей, доходы от использования имеющейся недвижимости и жизнь на свои сбережения.

**ТАБЛИЦА 5.20**

**ПОСЛЕ НАСТУПЛЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА ВЫ РАССЧИТЫВАЕТЕ КРОМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПЕНСИИ НА КАКИЕ-ЛИБО ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА? КАРТОЧКА №7, ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ**

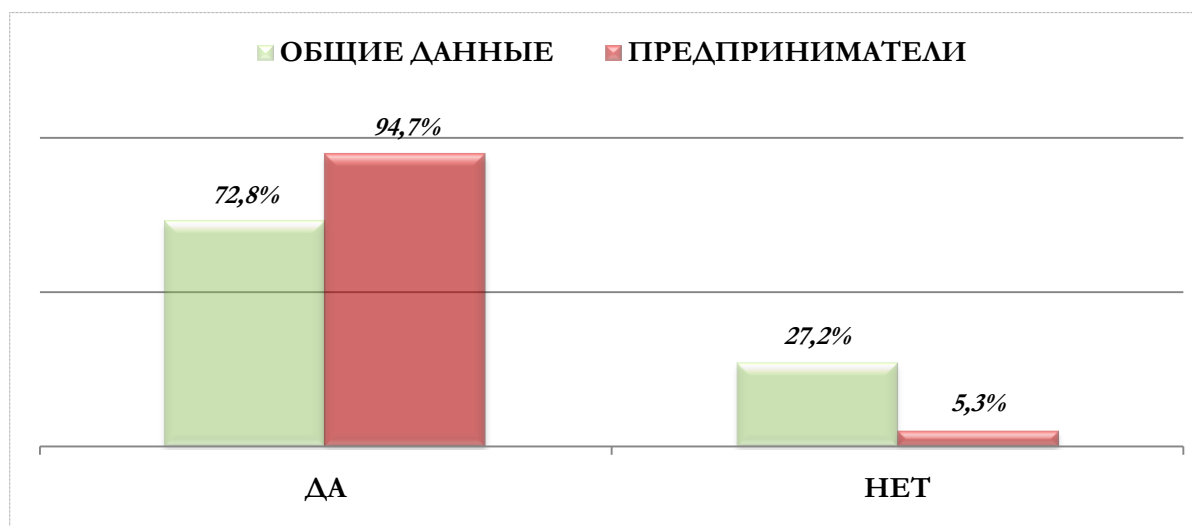
<i>№П/П</i>		<i>ОБЩИЕ ДАнные, %</i>	<i>ПРЕДПРИНИ МАТЕЛИ,%</i>
<i>1</i>	<i>ПРОДОЛЖУ РАБОТАТЬ</i>	<i>67,7</i>	<i>75,8</i>
<i>2</i>	<i>МОИ МУЖ (ЖЕНА), СКОРЕЕ ВСЕГО, БУДЕТ РАБОТАТЬ</i>	<i>10,8</i>	<i>10,5</i>
<i>3</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОМОЩЬ СО СТОРОНЫ ДЕТЕЙ</i>	<i>14,5</i>	<i>23,2</i>
<i>4</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОМОЩЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ</i>	<i>0,5</i>	<i>3,2</i>
<i>5</i>	<i>СМОГУ СВЕСТИ КОНЦЫ С КОНЦАМИ ЗА СЧЕТ ПРОДУКТОВ, ВЫРАЩЕННЫХ СВОИМИ СИЛАМИ НА ДАЧЕ, В ПОДСОБНОМ ХОЗЯЙСТВЕ</i>	<i>4,9</i>	<i>4,2</i>
<i>6</i>	<i>ПЕРЕЕДУ В БОЛЕЕ МАЛЕНЬКУЮ КВАРТИРУ (ДОМ), А ПОЛУЧЕННУЮ РАЗНИЦУ БУДУ ПОСТЕПЕННО ТРАТИТЬ</i>	<i>0,8</i>	<i>2,1</i>
<i>7</i>	<i>ДОБАВКОЙ К ПЕНСИИ БУДУТ ДОХОДЫ ОТ СДАЧИ В АРЕНДУ НЕДВИЖИМОСТИ</i>	<i>2,8</i>	<i>7,4</i>
<i>8</i>	<i>БУДУ ЖИТЬ НА СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ</i>	<i>14,1</i>	<i>21,1</i>
<i>9</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ПЕНСИЮ ИЗ СИСТЕМЫ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО НАКОПЛЕНИЯ, В КОТОРУЮ СЕЙЧАС ДЕЛАЮ ПЛАН СОБИРАЮСЬ ДЕЛАТЬ ОТЧИСЛЕНИЯ</i>	<i>5,0</i>	<i>8,4</i>
<i>10</i>	<i>РАССЧИТЫВАЮ НА ПОЛУЧЕНИЕ НАСЛЕДСТВА</i>	<i>2,5</i>	<i>3,2</i>
<i>11</i>	<i>ПОКА ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ, БУДУ ДУМАТЬ, КОГДА ПРИДЕТ ЭТО ВРЕМЯ</i>	<i>17,9</i>	<i>15,8</i>
<i>99</i>	<i>ДРУГОЕ/НЕ МОГУ ОТВЕТИТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС</i>	<i>9,1</i>	<i>5,3</i>



Информированность предпринимателей о возможностях НПФ очень высока – только 5,3% не знают о добровольных отчислениях как инструменте прибавки будущей пенсии.

**ГРАФИК 5.21.**

***ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО ВЫ МОЖЕТЕ ДЕЛАТЬ ДОБРОВОЛЬНЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ ИЗ СВОИХ ЗАРАБОТКОВ В НЕГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕНСИОННЫЙ ФОНД, ЧТОБЫ ПОСЛЕ ВЫХОДА НА ПЕНСИЮ ПОЛУЧАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ НЕГОСУДАРСТВЕННУЮ ПЕНСИЮ?<sup>10</sup>***



Люди бизнеса больше разбираются в финансовых инструментах, и вполне логично, что при рассмотрении ситуации с крупными материальными тратами они больше, чем остальное население, выбирают возможность взять кредит в банке – 35,8%. Ниже мы приводим причины, по которым предприниматели выбирают ту или иную модель финансового поведения в данной ситуации.

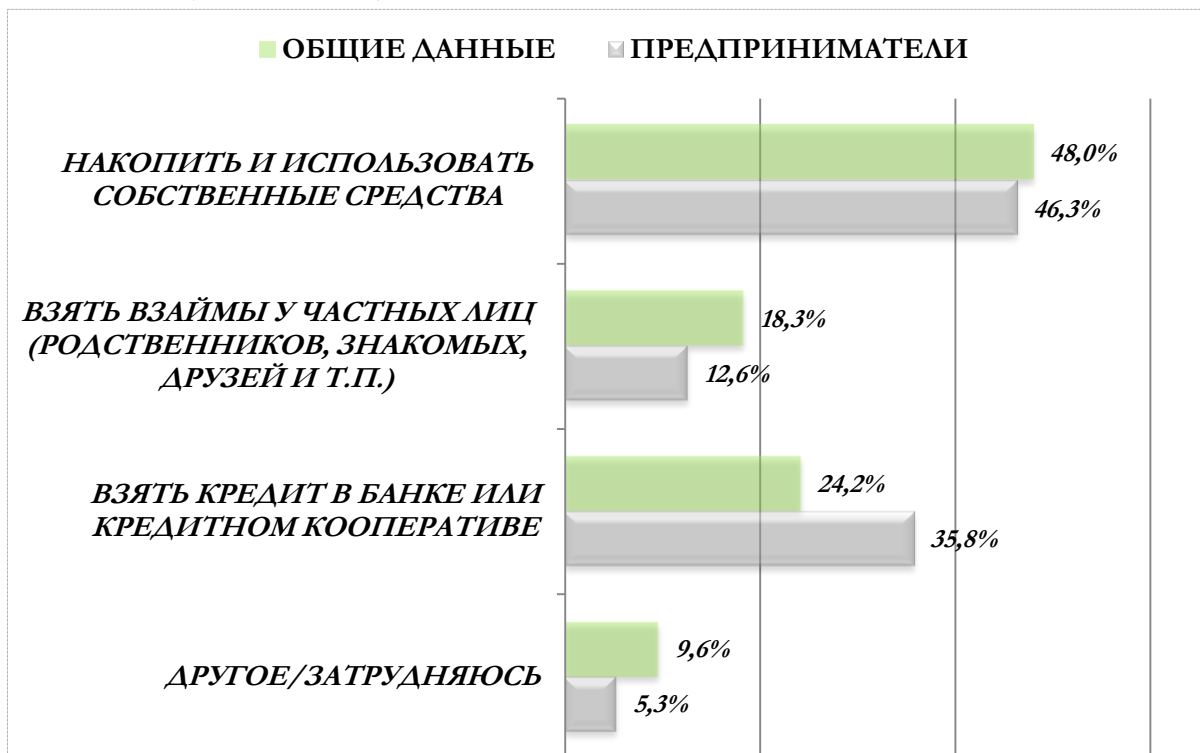
<sup>10</sup> ВОПРОС ЗАДАВАЛСЯ ТОЛЬКО ТЕМ РЕСПОНДЕНТАМ, КТО СЕЙЧАС НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПЕНСИОНЕРОМ





**ГРАФИК 5.22.**

**ПРЕДПОЛОЖИМ, ВАМ ПРЕДСТОЯТ КРУПНЫЕ МАТЕРИАЛЬНЫЕ ТРАТЫ. ЧТО ВЫ ВЫБЕРЕТЕ? (ОДИН ОТВЕТ)**

**ТАБЛИЦА 5.23**

**ПРИЧИНЫ, ПО КОТОРЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ НЕ ХОТЯТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КРЕДИТОВАНИЕМ ПРЕДПОЧИТАЮТ НАКОПИТЬ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА**

БАНК НЕ ДАЕТ
БАНКАМ НЕ ВЕРЮ
БАНКИ - ЭТО АФЕРА
БЕЗОПАСНО, ТАК КАК НЕИЗВЕСТНО ЧТО В СТРАНЕ ЕЩЕ СЛУЧИТСЯ
БЕРЕШЬ ЧУЖИЕ, ОТДАЕШЬ СВОИ
БОЛЬШОЕ ПРОЦЕНТ
БУДЕТ ЗАВИСИТЬ ОТ ТОГО, НАСКОЛЬКО СРОЧНО НУЖНЫ ДЕНЬГИ
БУДУ ТРАТИТЬ ТОЛЬКО СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА
В БАНКЕ БОЛЬШОЙ %
В БАНКЕ НЕ ВЫГОДНО, БОЛЬШИЕ ПРОЦЕНТЫ
В ДОЛГИ НЕ ХОЧЕТСЯ ЛЕЗТЬ
В СТРАНЕ НЕСТАБИЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ
ВСЕГДА ОТКЛАДЫВАЮ, КАЖДЫЙ МЕСЯЦ
КРЕДИТ МОЖНО БРАТЬ ТОЛЬКО ПРИ ОЧЕНЬ СТАБИЛЬНОМ БИЗНЕСЕ
ЛУЧШЕ САМОМУ КОПИТЬ, БЕЗ ДОЛГОВ
НАДЕЮСЬ ТОЛЬКО НА СЕБЯ
НЕ ДОВЕРЯЮ БАНКАМ, ОНИ ЖИВУТ ЗА СЧЕТ КРЕДИТОВ



НЕ ЗАВИСЕТЬ
НЕ ЗАВИСИМОСТЬ, ПРОТИВ ПРОЦЕНТА БАНКОВ
НЕ ЛЮБЛЮ ДОЛГИ
НЕ ЛЮБЛЮ ДОЛГОВ
НЕ СТОРОННИК КРЕДИТОВ ВПРИНЦИПЕ
НЕ ХОТИМ ПЕРЕПЛАЧИВАТЬ БАНКАМ
НЕ ХОЧУ ЗАВИСЕТЬ ОТ КОГО-ЛИБО
НЕ ХОЧУ ПЕРЕПЛАЧИВАТЬ %
НЕ ХОЧУ РИСКОВАТЬ
НЕ ДОВЕРИЕ БАНКАМ
НИ ОТ КОГО ЗАВИСЕТЬ НЕ ХОЧУ
НИКОГДА НЕ БЕРУ В ДОЛГ, ЭТО МОЖЕТ ТОЛЬКО НА САМЫХ КРАЙНИХ СЛУЧАЯХ
НИКОГДА НЕ БРАЛА КРЕДИТОВ, ЧТО ЕСТЬ НА ТО И ЖИВУ
ОТДАВАТЬ БАНКУ ПРОЦЕНТЫ - ДОРОГО
ПРОЦЕНТЫ
ПРОЦЕНТЫ ВЫСОКИЕ
ПСИХОЛОГИЧЕСКИ БЛИЖЕ МНЕ, ЕСЛИ БУДЕТ НУЖНА ОЧЕНЬ БОЛЬШАЯ СУММА, ТО ОБРАЩУСЬ В БАНК
РАССЧИТЫВАЮ ТОЛЬКО НА СЕБЯ
РАССЧИТЫВАЮ НА СЕБЯ
СОВСЕМ НЕ ЗАНИМАЮ, ПРИНЦИПИАЛЬНО
ТАК ДЕЛАЮ ВСЕГДА
ТОЛЬКО СЕБЕ МОЖНО ДОВЕРЯТЬ
ХВАТАЕТ ДЕНЕГ, ЧТОБЫ НЕ ВЛЕЗАТЬ В ДОЛГ
ЧТОБЫ НЕ БЫТЬ ДОЛЖНЫМ
ЧТОБЫ НИ ОТ КОГО НЕ ЗАВИСЕТЬ

### **ТАБЛИЦА 5.24**

#### **ПРЕДПОЧИТАЮТ ВЗЯТЬ ВЗАЙМЫ У ЗНАКОМЫХ, РОДСТВЕННИКОВ**

БЕЗ ПРОЦЕНТОВ И СТРОГИХ ПЛАТЕЖЕЙ
БЕЗ ПРОЦЕНТОВ, ТАК ПРОЩЕ
В БАНКЕ БОЛЬШОЙ ПРОЦЕНТ, ПРОЩЕ У РОДСТВЕННИКОВ
КРЕДИТЫ И ТАК УЖЕ ЕСТЬ, БОЛЬШЕ БРАТЬ НЕ ХОЧУ
ЛУЧШЕ У РОДНЫХ ИЛИ ДРУЗЕЙ - БЕЗ ПРОЦЕНТОВ ВСЕГДА ВЫРУЧАТ
МЕНЬШЕ ПРОЦЕНТ
МОЖНО ДОГОВОРИТЬСЯ О СРОКАХ ВЫПЛАТЫ
МЫ ДРУГ ДРУГУ ПОМОГАЕМ
ПОТОМУ, ЧТО ПРОЦЕНТА НЕТ ИЛИ МАЛЕНЬКИЕ
ПРОЩЕ ВЗЯТЬ У РОДСТВЕННИКОВ, МНОГО СПРАВОК СОБИРАТЬ, НЕКОГДА
ТАК НАДЕЖНЕЕ
ЧАЩЕ ЗАНИМАЮ У ДРУЗЕЙ



**ТАБЛИЦА 5.25****ОТВЕТЫ РЕСПОНДЕНТОВ, ГОТОВЫХ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КРЕДИТАМИ**

БАНКИ ВПОЛНЕ НАДЕЖНЫ
БОЛЬШЕ НЕКУДА ОБРАТИТЬСЯ
БОЛЬШЕ ДЕНЕГ ТОЛЬКО В БАНКЕ
БОЛЬШЕ СУММ БОЛЬШЕ ВЗЯТЬ НЕГДЕ
БЫСТРО
БЫСТРО И НАДЕЖНО
БЫСТРОТА И ПОЛНАЯ СУММА
В БАНКЕ ВПОЛНЕ УДОБНО
ГЛОБАЛЬНЫЕ СУММЫ ТОЛЬКО В БАНКЕ
ДОВЕРЯЮ БАНКАМ, У НАС ХОРОШЕЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
ДОЛГО ПРИДЕТСЯ КОПИТЬ
ЕСЛИ БИЗНЕС СТАБИЛЬНЫЙ, ТО БАНК ЭТО УДОБНО
КОПИТЬ НЕ УМЕЕМ. ВЗЯТЬ НЕ У КОГО
КРЕДИТЫ РАЗНООБРАЗНЫЕ, ИХ МНОГО-ГЛАВНОЕ ЗНАТЬ КАКОИ
МОЖНО ВЫБРАТЬ ЛЮБОИ ВАРИАНТ
НАДЕЖНО И УДОБНО
НЕ ЛЮБЛЮ ПРОСИТЬ
НЕ МОГУ САМ НАКОПИТЬ
НЕ ХОЧУ НИКОГО ОБРЕМЕНЯТЬ
НЕТ ДРУЗЕЙ И ЗНАКОМЫХ У КОГО МОЖНО ЗАНЯТЬ БОЛЬШУЮ СУММУ ДЕНЕГ
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА С ФИНАНСОВОИ СТРУКТУРОИ, ОТСУТСТВИЕ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОРТНОШЕНИИ, КООРДИНИРОВАНИЕ ПРОЦЕНТНОИ СТАВКИ, ПОЛЬЗУЮСЬ КАК ФИЗИЧЕСКОЕ ЛИЦО
ПРОЦЕНТНЫЕ СТАВКИ СНИЖАЮТСЯ ПО КРЕДИТАМ, КРИЗИС КОНЧИЛСЯ
РАЗБИРАЮСЬ В ЭТОМ, БАНК ДЕШЕВЛЕ ЧАСТНЫХ ЛИЦ
РЕАЛЬНЕЕ
СЕЙЧАС В ДОЛГ НИКТО НЕ ДАЕТ
СЛОЖНО НАЙТИ ЗНАКОМЫХ БОЛЬШУЮ СУММУ
СРАЗУ НЕ ВСЕГДА МОЖНО НАЙТИ БОЛЬШУЮ СУММУ ДЕНЕГ
ТАК ВСЕГДА ПОСТУПАЮ
ТАК УДОБНЕИ
ТОЛЬКО ТАМ МОЖНО ВЗЯТЬ БЕЗ ПРОБЛЕМ
У ЗНАКОМЫХ БОЛЬШИХ СУММ НЕТ
У КОГО НЕТ ДЕНЕГ, НЕ ВСИГДА НАИДУТ ВЗАИМЫ
Я БЫ ВЗЯЛА КРЕДИТ НА БИЗНЕС И АВТО



В отличие от основной массы населения, предприниматели значительно меньше рассчитывают на помощь со стороны государства. Патернализм в отношении финансового благополучия почти в два раза меньше, чем скажем у населения с низким и средним уровнем доходов или у пожилого населения. Вполне понятно, что представители бизнеса привыкли рассчитывать только на себя, умеют бороться и выживать в сложных экономических условиях. Данные ответов на этот вопрос диктует, прежде всего, опыт распоряжения финансами в бизнесе.

**ГРАФИК 5.26.**

***КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ОТ ЧЕГО В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ЗАВИСИТ ВАШЕ ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ?***

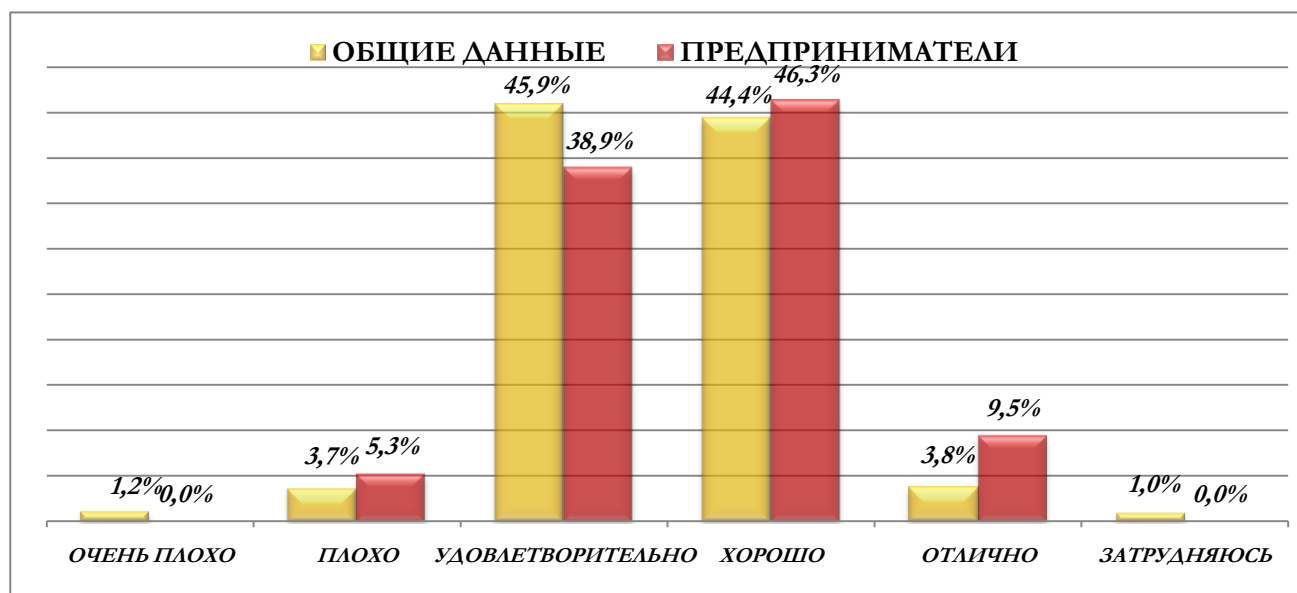
<b><i>КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ОТ ЧЕГО В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ЗАВИСИТ ВАШЕ ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ?</i></b>	Кумулятивный процент
ОТ НАЛИЧИЯ СТАБИЛЬНОЙ РАБОТЫ	64,2%
ОТ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА	29,5%
ОТ ПОВЫШЕНИЯ ПЕНСИЙ, ПОСОБИЙ	9,5%
ОТ СОСТОЯНИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	6,3%
ОТ МОЕГО ГРАМОТНОГО РАСПОРЯЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ	27,4%
ОТ ФИНАНСОВОЙ ПОМОЩИ РОДСТВЕННИКОВ	2,1%
ЗАТРУДНЯЮСЬ	1,1%



Оценки своей финансовой грамотности у предпринимателей высоки – более половины дали ответ «хорошо» и «отлично». Чуть менее 40% - удовлетворительно. Плохие оценки у 5,3%.

**ГРАФИК 5.27**

**КАК ВЫ САМИ ОЦЕНИВАЕТЕ ТО, КАК ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) УПРАВЛЯЕТЕ ТЕМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ, КОТОРЫЕ ЕСТЬ В ВАШЕМ РАСПОРЯЖЕНИИ?**



Актуальные темы об управлении личными финансами почти интересны предпринимателям несколько меньше, чем остальному населению. Исключение составляет принятие финансовых решений, работа с документами, договорами и налогообложение, а также информация о ПИФах.

**ТАБЛИЦА 5.28.**

**НИЖЕ ПРЕДСТАВЛЕН СПИСОК ТЕМ, КОТОРЫЕ ЗАТРАГИВАЮТ РАЗЛИЧНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИЧНЫМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ. СКАЖИТЕ, О ЧЕМ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ: КАРТОЧКА №8, ЗАПИСАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ**



<i>№П/П</i>		<i>ОБЩИЕ ДАННЫЕ, %</i>	<i>ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, %</i>
<i>1</i>	КАК СОСТАВЛЯТЬ ЛИЧНЫЙ БЮДЖЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ	23,1	11,6
<i>2</i>	К КАКИМ РЕЗУЛЬТАТАМ МОГУТ ПРИВЕСТИ ТЕ ПЛАНИРУЕМЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ	12,3	17,9
<i>3</i>	ГДЕ ИСКАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПРЕДЛАГАЕМЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ	16,0	9,5
<i>4</i>	ПО КАКИМ ПАРАМЕТРАМ НУЖНО СРАВНИВАТЬ УСЛУГИ, ПРЕДЛАГАЕМЫЕ БАНКАМИ, ПИФАМИ, ЧАСТНЫМИ ПЕНСИОННЫМИ ФОНДАМИ, СТРАХОВЫМИ КОМПАНИЯМИ	10,0	8,4
<i>5</i>	КУДА ОБРАТИТЬСЯ ЗА ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ	25,5	17,9
<i>6</i>	КАК СТАВИТЬ ФИНАНСОВЫЕ ЦЕЛИ	11,0	8,4
<i>7</i>	КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ЗАКОНЫ, ЗАЩИЩАЮЩИЕ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	27,0	17,9
<i>8</i>	НА КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ ПРИ ПОДПИСАНИИ ДОГОВОРОВ С БАНКАМИ И ДРУГИМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	21,3	21,1
<i>9</i>	КАКИМИ НАЛОГАМИ ОБЛАГАЮТСЯ РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ ДОХОДОВ ГРАЖДАН	26,2	23,2
<i>10</i>	КАК УСТРОЕНА ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА, И КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ СПОСОБЫ СБЕРЕЖЕНИЯ НА СТАРОСТЬ	15,5	7,4
<i>11</i>	ЧТО ТАКОЕ БАНКОВСКИЕ СЧЕТА И ВКЛАДЫ	5,0	2,1
<i>12</i>	ЧТО ТАКОЕ ИПОТЕКА	8,7	9,5
<i>13</i>	ЧТО ТАКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ	2,6	1,1
<i>14</i>	ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНАЯ КАРТА	2,6	1,1
<i>15</i>	ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНАЯ ИСТОРИЯ	1,6	1,1
<i>16</i>	ЧТО ТАКОЕ ПЛАВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ	8,4	12,6
<i>17</i>	ЧТО ТАКОЕ НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ	8,4	4,2
<i>18</i>	ЧТО НУЖНО ДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ НЕ УВЯЗНУТЬ В ДОЛГАХ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ БАНКОВСКИМИ	12,9	16,8



	<i>КРЕДИТАМИ</i>		
<b>19</b>	<i>ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ</i>	19,2	12,6
<b>20</b>	<i>КАК УСТРОЕН ФОНДОВЫЙ РЫНОК, И КАКИЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НА НЕМ СУЩЕСТВУЮТ</i>	7,9	12,6
<b>21</b>	<i>ЧТО ТАКОЕ СТРАХОВАНИЕ И КОГДА ИМ НУЖНО ПОЛЬЗОВАТЬСЯ</i>	10,0	9,5
<b>22</b>	<i>КАКИЕ РИСКИ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ СУЩЕСТВУЮТ И КАК ИМИ УПРАВЛЯТЬ</i>	18,4	10,5
<b>23</b>	<i>ИНТЕРЕСНЫ ВСЕ ТЕМЫ</i>	1,0	1,1
<b>99</b>	<i>ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ</i>	13,1	30,5

#### **ЧАСТЬ 6**

#### **УРОВЕНЬ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ИНФОРМАЦИИ О ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТАХ И УСЛУГАХ, ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К ПРАВОВОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОМОЩИ, ОЦЕНКА АКТУАЛЬНОСТИ КОМПЛЕКСА МЕР, ПРЕДУСМОТРЕННЫХ ПРОГРАММОЙ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ОБЛАСТИ.**

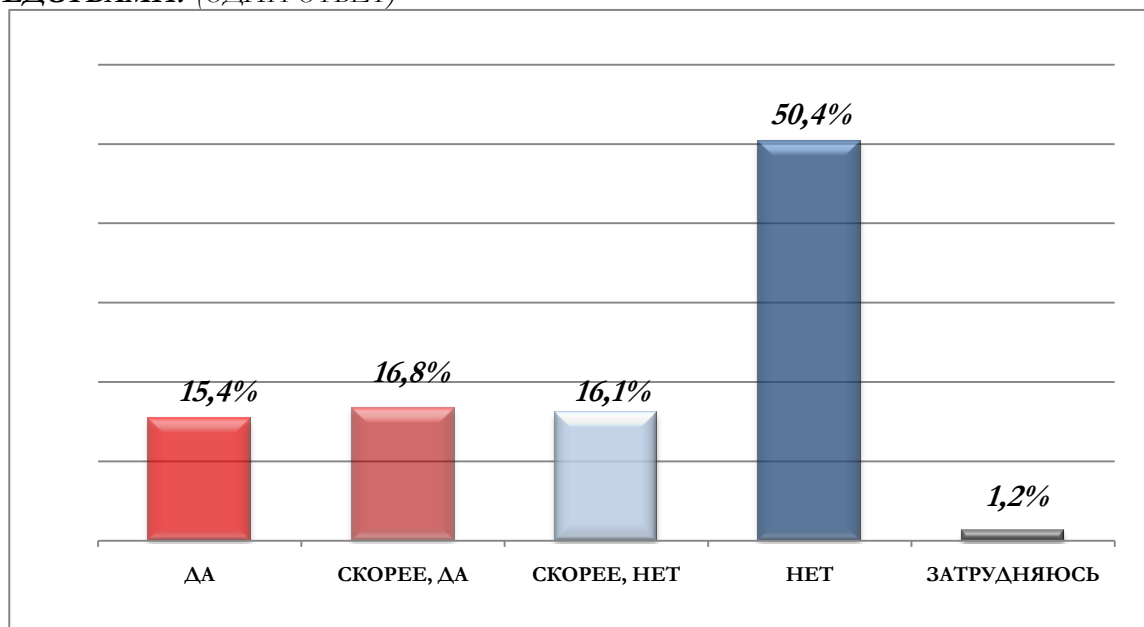
Несмотря на преобладание низких субъективных оценок финансовой грамотности у населения, активный интерес к информации выразила только треть респондентов. Здесь может играть роль и отсутствие сбережений, накоплений, свободных денег, и непонимание необходимости самообразования в сфере финансовых услуг.

У обывателя самыми востребованными темами являются правовая помощь населению, составление личного бюджета доходов и расходов, защита прав потребителей, работа с договорами, налогообложение – их назвал каждый четвертый. Более 15% респондентов хотят больше знать о пенсионной системе, защите прав потребителей финансовых услуг, разбираться в рисках при получении финансовых услуг.



**ГРАФИК 6.1.**

**ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ ОБ УПРАВЛЕНИИ ЛИЧНЫМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ? (ОДИН ОТВЕТ)**



НА ГРАФИКЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ОТВЕТЫ ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ

**СЛЕДУЮЩИЙ ВОПРОС МЫ ЗАДАВАЛИ ТОЛЬКО ТЕМ, КТО ХОТЕЛ БЫ В ТОЙ ИЛИ ИНОЙ СТЕПЕНИ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ**

**ТАБЛИЦА 6.2.**

**НИЖЕ ПРЕДСТАВЛЕН СПИСОК ТЕМ, КОТОРЫЕ ЗАТРАГИВАЮТ РАЗЛИЧНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЛИЧНЫМИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ. СКАЖИТЕ, О ЧЕМ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ: КАРТОЧКА №8, ЗАПИСАТЬ ВСЕ ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ**

№П/П		%
1	КАК СОСТАВЛЯТЬ ЛИЧНЫЙ БЮДЖЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ	23,1
2	К КАКИМ РЕЗУЛЬТАТАМ МОГУТ ПРИВЕСТИ ТЕ ИЛИ ИНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ	12,3
3	ГДЕ ИСКАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ПРЕДЛАГАЕМЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ	16,0
4	ПО КАКИМ ПАРАМЕТРАМ НУЖНО СРАВНИВАТЬ УСЛУГИ, ПРЕДЛАГАЕМЫЕ БАНКАМИ, ПИФАМИ, ЧАСТНЫМИ ПЕНСИОННЫМИ ФОНДАМИ, СТРАХОВЫМИ КОМПАНИЯМИ	10,0
5	КУДА ОБРАТИТЬСЯ ЗА ПРАВОВОЙ ПОМОЩЬЮ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ	25,5
6	КАК СТАВИТЬ ФИНАНСОВЫЕ ЦЕЛИ	11,0
7	КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ЗАКОНЫ, ЗАЩИЩАЮЩИЕ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	27,0
8	НА КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ ПРИ	21,3





	ПОДПИСАНИЕ ДОГОВОРОВ С БАНКАМИ И ДРУГИМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	
9	КАКИМИ НАЛОГАМИ ОБЛАГАЮТСЯ РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ ДОХОДОВ ГРАЖДАН	26,2
10	КАК УСТРОЕНА ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА, И КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ СПОСОБЫ СБЕРЕЖЕНИЯ НА СТАРОСТЬ	15,5
11	ЧТО ТАКОЕ БАНКОВСКИЕ СЧЕТА И ВКЛАДЫ	5,0
12	ЧТО ТАКОЕ ИПОТЕКА	8,7
13	ЧТО ТАКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КРЕДИТ	2,6
14	ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНАЯ КАРТА	2,6
15	ЧТО ТАКОЕ КРЕДИТНАЯ ИСТОРИЯ	1,6
16	ЧТО ТАКОЕ ПАЕВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ	8,4
17	ЧТО ТАКОЕ НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ	8,4
18	ЧТО НУЖНО ДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ НЕ УВЯЗНУТЬ В ДОЛГАХ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ БАНКОВСКИМИ КРЕДИТАМИ	12,9
19	ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ	19,2
20	КАК УСТРОЕН ФОНДОВЫЙ РЫНОК, И КАКИЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НА НЕМ СУЩЕСТВУЮТ	7,9
21	ЧТО ТАКОЕ СТРАХОВАНИЕ И КОГДА ИМ НУЖНО ПОЛЬЗОВАТЬСЯ	10,0
22	КАКИЕ РИСКИ ПРИ ПОЛЬЗОВАНИИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ СУЩЕСТВУЮТ И КАК ИМ УПРАВЛЯТЬ	18,4
23	ИНТЕРЕСНЫ ВСЕ ТЕМЫ	1,0
99	ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ	13,1



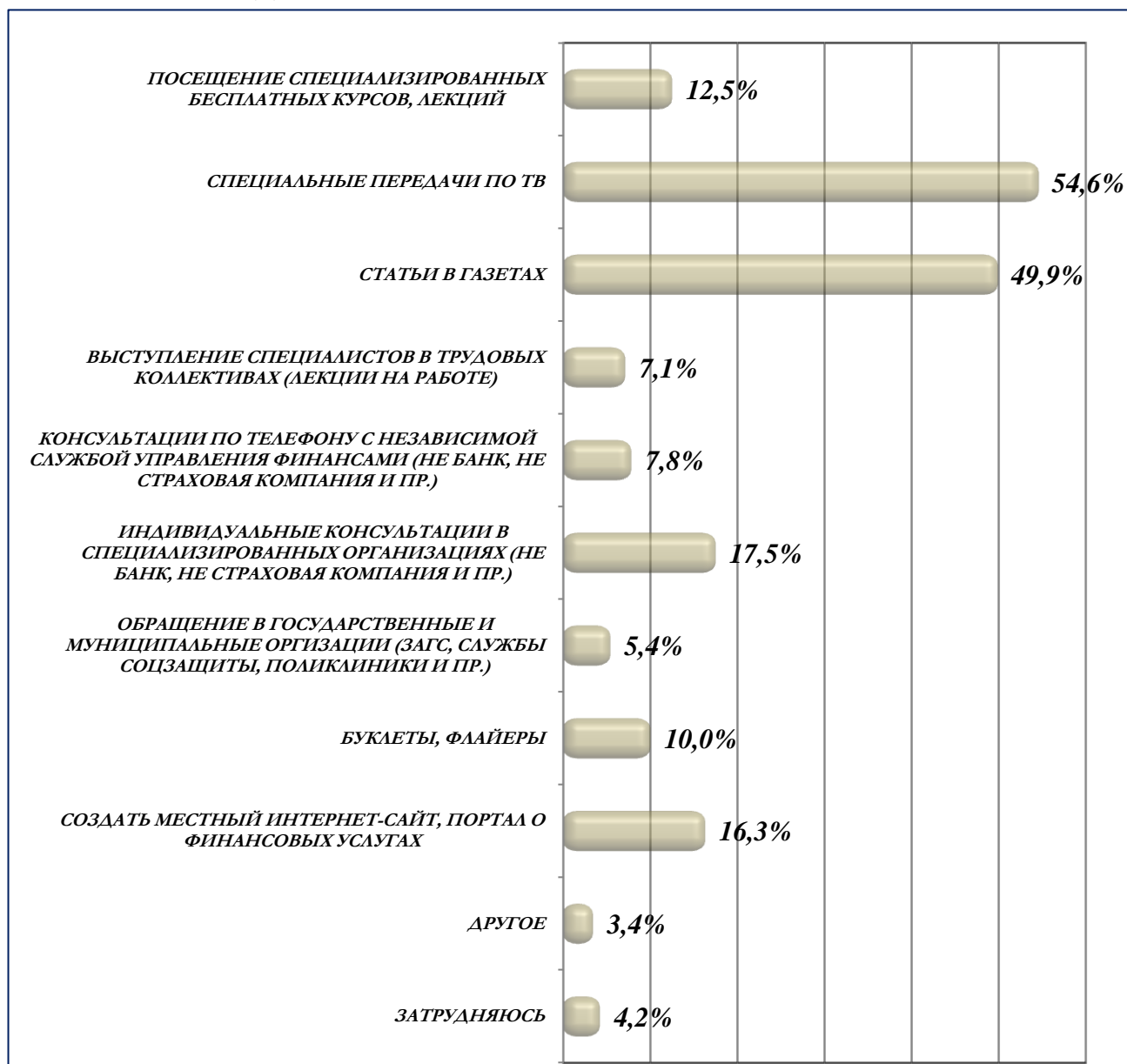
При подаче Программы населению важно учитывать оптимальные для всех целевых групп источники информации. Население в целом более удобными отмечает традиционные телевидение и газеты. 17,5% видят необходимость индивидуальных консультаций (потенциально готовы посещать бесплатные лекции, семинары), 16,3% выступает за развитие специализированных сайтов. Однако для четырех целевых групп программы нет единого, одинаково удобного источника информации. Напомним, что для молодежи это телевидение и интернет, для пенсионеров – телевидение и газеты, для людей с низким уровнем достатка все источники и для представителей бизнеса, в первую очередь, интернет-ресурсы. Буклеты и флайеры с информацией тоже имеют свою аудиторию – они будут востребованы у каждого десятого. Однако использование полиграфической продукции в освещении вопросов финансовой грамотности, на наш взгляд, наиболее сложный инструмент, так как здесь важно учитывать способы и места ее распространения.

Множество комментариев именно по поводу донесения информации до населения мы получили в ответе на открытый вопрос о мерах Правительства области для повышения финансовой грамотности населения. Дословные комментарии приводятся в приложениях к отчету. Самым главным пожеланием жителей можно назвать упрощение информации о распоряжении финансами, необходимо сделать ее понятной для населения, не имеющего профессионального финансового образования (прежде всего это звучало от пожилых людей). Также многие говорят об увеличении объема финансовой информации, делая при этом акцент на независимых источниках (не банки, не страховые компании).



**ГРАФИК 6.3.**

**КАКИЕ СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ ОБ УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ДЛЯ ВАС НАИБОЛЕЕ УДОБНЫ?<sup>11</sup>**



<sup>11</sup> ПРИ ОТВЕТЕ НА ЭТОТ ВОПРОС ИДЕЮ СОЗДАНИЯ САЙТА/ПОРТАЛА НАЗЫВАЛИ САМИ РЕСПОНДЕНТЫ (ТАКОЙ ВАРИАНТ ОТВЕТА НЕ БЫЛ ПРЕДУСМОТРЕН В КАРТОЧКЕ). ОТВЕТ В РАЗДЕЛЕ «ДРУГОЕ» БЫЛ ЗАКОДИРОВАН И ВЫВЕДЕН В ОТДЕЛЬНУЮ ПЕРЕМЕННУЮ.



## ЧАСТЬ 7

### КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ДЛЯ ПОСЛЕДУЮЩЕГО ПРОВЕДЕНИЯ МОНИТОРИНГА В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.

Выше нами были подробно рассмотрены модели финансового поведения как населения региона в целом, так и ключевых групп, на которые нацелена реализация Программы «Повышение уровня финансовой грамотности жителей Калининградской области в 2011-2015г.г.»

В рамках Программы предусмотрены ключевые показатели эффективности ее реализации в нашей области. Перечислим их:

1. Доля лиц целевых групп населения, разбирающихся в основах пенсионного обеспечения.
2. Доля лиц целевых групп населения, осознающих соотношение рисков и выгод при выборе финансовых продуктов.
3. Доля лиц целевых групп населения, осознающих важность формирования финансовой «подушки безопасности» на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций.
4. Доля активных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем дохода, уверенных в возможности быстрого и справедливого разрешения споров с финансовыми организациями.
5. Доля активных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, сравнивающих различные варианты до получения кредита.
6. Доля лиц целевых групп населения, активно пользующихся предоставляемыми государством инструментами (налоговые вычеты, государственные программы).



Итак, на основании данных исследования можно выделить следующие доли по показателям:  
 В ТАБЛИЦЕ ДАННЫЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ ВНУТРИ КАЖДОЙ ГРУППЫ (ОНА ПРИНИМАЕТСЯ ЗА 100%)

**ДОЛЯ ЛИЦ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ, РАЗБИРАЮЩИХСЯ В ОСНОВАХ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

<b>ПОКАЗАТЕЛИ ДО НАЧАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</b>	<b>ВСЕ НАСЕЛЕНИЕ</b>	<b>УЧАЩИЕСЯ, СТУДЕНТЫ</b>	<b>ПЕНСИОНЕРЫ</b>	<b>ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ</b>	<b>НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ СРЕДНИМ УРОВНЕМ</b>
<b>Доля лиц целевых групп населения, разбирающихся в основах пенсионного обеспечения</b>	72,8	46,4	52,7	94,7	70,7
<b>НЕ ЗНАЮТ О ВОЗМОЖНОСТИ ДОБРОВОЛЬНЫХ ОТЧИСЛЕНИЙ В НПФ</b>	27,2	53,6	47,3	5,3	29,3

Следующий показатель: «Доля лиц целевых групп населения, осознающих соотношение рисков и выгод при выборе финансовых продуктов» был рассчитан на основании данных ответов респондентов о потенциальном вложении свободных денежных средств. Все способы распоряжения деньгами можно условно подразделить на четыре группы – работа с финансовыми инструментами, личное потребление, распоряжение финансами без привлечения финансовых институтов (накопления, инвестиции и пр.), инвестиции в будущее. Таким образом, в числе всех возможных способов вложения средств доля финансовых институтов составляет 17%. Готовы работать с финансовыми институтами 32% населения региона.



ДОЛЯ / ПРОЦЕНТ ОТ ЧИСЛА КУМУЛЯТИВНЫЙ ПРОЦЕНТ –  
 ВСЕХ СПОСОБОВ ВЛОЖЕНИЯ УПОМИНАНИЯ  
 СРЕДСТВ. ЗА 100% РЕСПОНДЕНТАМИ СПОСОБОВ  
 ПРИНИМАЮТСЯ ВСЕ РАСПОРЯЖЕНИЯ ДЕНЬГАМИ.  
 ПЕРЕЧИСЛЕННЫЕ СПОСОБЫ ДАННЫЕ ПРИВОДЯТСЯ ОТ 100%  
 ВЛОЖЕНИЯ СВОБОДНЫХ НАСЕЛЕНИЯ  
 ДЕНЕГ.

ЛИЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ	ПОТРАЧУ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ВЕЩЕЙ ДЛЯ ДОМА	16,0	30,0
	ПОСТАРАЮСЬ ДОБАВИТЬ СРЕДСТВ И СОВЕРШИТЬ КРУПНУЮ ПОКУПКУ	7,9	14,8
	ВЕРНУ РАНЕЕ ВЗЯТЫЕ ДОЛГИ	9,1	17,0
	ПОТРАЧУ НА РАЗВЛЕЧЕНИЯ	9,1	17,1
	ПОТРАЧУ НА ЛЕЧЕНИЕ	9,1	17,1
	<b>ИТОГО:</b>	<b>61,7</b>	<b>96,0</b>
РАБОТА С ФИНАНСОВЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ	ПОЛОЖУ В БАНК НАДОЛГО (ДЛЯ ДОРОЖИХ ПРИОБРЕТЕНИЙ)	6,2	11,7
	ПРИОБРЕТУ СТРАХОВЫЙ ПОЛИС ИЛИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПЕНСИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	0,7	1,4
	КУПЛЮ АКЦИИ ИЛИ ЦЕННЫЕ БУМАГИ	0,9	1,6
	ПОЛОЖУ В БАНК ПОД ПРОЦЕНТ	9,2	17,3
	<b>ИТОГО</b>	<b>17,0</b>	<b>32,0</b>
СБЕРЕЖЕНИЯ, НАКОПЛЕНИЯ БЕЗ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ	ОТЛОЖУ ПРО ЗАПАС НА НЕПРЕДВИДЕННЫЙ СЛУЧАЙ	12,2	22,8
	КУПЛЮ ДРАГОЦЕННОСТИ, ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ	2,4	4,5
	<b>ИТОГО</b>	<b>14,6</b>	<b>27,3</b>
ИНВЕСТИЦИИ В БУДУЩЕ	ВЛОЖУ В СОБСТВЕННОЕ ДЕЛО	5,1	9,6
	ПОТРАЧУ НА ОБРАЗОВАНИЕ, РАЗВИТИЕ ДЕТЕЙ	9,0	16,9
	ПОТРАЧУ НА ПЕРЕКВАЛИФИКАЦИЮ	1,5	2,8
	<b>ИТОГО</b>	<b>15,6</b>	<b>29,3</b>



Таким образом, на сегодня доля тех, кто осознает риски и выгоды при выборе финансовых продуктов составляет 17,0% от всего населения Калининградской области. Рассмотрим распределение по целевым группам.

**ДОЛЯ ЛИЦ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ, ОСОЗНАЮЩИХ СООТНОШЕНИЕ РИСКОВ И ВЫГОД ПРИ ВЫБОРЕ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ**

<i>ПОКАЗАТЕЛИ ДО НАЧАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</i>	<i>ВСЕ НАСЕЛЕНИЕ</i>	<i>УЧАЩИЕСЯ, СТУДЕНТЫ</i>	<i>ПЕНСИОНЕРЫ</i>	<i>ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ</i>	<i>НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ</i>
<b>Доля лиц целевых групп населения, осознающих соотношение рисков и выгод при выборе финансовых продуктов.</b>	32,0	39,2	23,4	35,2	30,2
<b>ПРЕДПОЧИТАЮТ ДРУГИЕ СПОСОБЫ ВЛОЖЕНИЯ СВОБОДНЫХ ДЕНЕГ</b>	68,0	60,8	76,6	64,8	69,8



Доля лиц целевых групп населения, осознающих важность формирования финансовой «подушки безопасности» на случай чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций. Этот показатель рассчитывается на основании данных ответов на вопрос: «Скажите, есть ли в вашей семье сбережения, накопления?» Здесь, скорее мы говорим не об осознанности, а о факте сберегательного поведения в принципе. Также здесь мы рассматриваем перекрестные данные с долей пользователей сбережений через кредитные организации. Сейчас это 12,1% от числа населения. Потенциал роста в ближайшие полгода составляет около 3%. (Вопросы: «Какими из перечисленных финансовых услуг вы лично пользовались в течение последних двух месяцев?» и «какими из перечисленных услуг вы сейчас не пользуетесь, но планируете воспользоваться в ближайшие шесть месяцев?»). Напомним, что сейчас хранению денег в наличном виде (рубли, доллары, евро) считают надежными больше жителей нашей области (38,6%), чем вкладам в государственные или коммерческие банки (28%).

**ДОЛЯ ЛИЦ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ, ОСОЗНАЮЩИХ ВАЖНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ «ПОДУШКИ БЕЗОПАСНОСТИ» НА СЛУЧАЙ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ И КРИЗИСНЫХ ЖИЗНЕННЫХ СИТУАЦИЙ.**

Показатели рассчитывались на основании перекрестных данных вопросов о наличии сбережений, пользовании любыми банковскими продуктами в течение последних двух месяцев и оценки способов вложения денежных средств.

<b>ПОКАЗАТЕЛИ ДО НАЧАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</b>	<b>ВСЕ НАСЕЛЕНИЕ</b>	<b>УЧАЩИЕСЯ, СТУДЕНТЫ</b>	<b>ПЕНСИОНЕРЫ</b>	<b>ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ</b>	<b>НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ</b>
<b>ДЕЛАЮТ СБЕРЕЖЕНИЯ</b>	48,3	57,1	44,8	54,5	44,6





<i>ПОКАЗАТЕЛИ ДО НАЧАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</i>	<i>ВСЕ НАСЕЛЕНИЕ</i>	<i>УЧАЩИЕСЯ, СТУДЕНТЫ</i>	<i>ПЕНСИОНЕРЫ</i>	<i>ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ</i>	<i>НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ</i>
<b>ДАННЫЕ ОТ 100% РЕСПОНДЕНТОВ, КОТОРЫЕ ДЕЛАЮТ СБЕРЕЖЕНИЯ</b>					
<i>ИСПОЛЬЗУЮТ УСЛУГИ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ * ПОЛЬЗУЮТСЯ КАКИМИ-ЛИБО БАНКОВСКИМИ ПРОДУКТАМИ</i>	56,6	55,7	41,5	70,8	56,5
<i>ДОВЕРЯЮТ ВКЛАДАМ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИЛИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ</i>	28,0	30,4	34,4	39,8	26,0



Доля лиц целевых групп населения, активно пользующихся предоставляемыми государством инструментами (налоговые вычеты, государственные программы). В принципе, потенциал пользования этой услугой неплохой – почти в 2,5 раза превышает тех активных пользователей, которые есть сейчас. Доля активных пользователей из числа всего населения составляет 13,3%, знают об услуге, но еще не успели воспользоваться 35,2%.

<b>ПОКАЗАТЕЛИ ДО НАЧАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</b>	<b>ВСЕ НАСЕЛЕНИЕ</b>	<b>УЧАЩИЕСЯ, СТУДЕНТЫ</b>	<b>ПЕНСИОНЕРЫ<sup>12</sup></b>	<b>ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ<sup>13</sup></b>	<b>НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ</b>
<b>Доля лиц целевых групп населения, активно пользующихся предоставляемым и государством инструментами</b>	13,3	10,1	10,4	22,7	10,7
<b>ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ (ЗНАЮТ О ПРОГРАММАХ, НО ЕЩЕ НЕ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ)</b>	35,2	19,6	29,1	52,3	33,2
<b>НЕ ЗНАЮТ И НЕ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ НАЛОГОВЫМИ ВЫЧЕТАМИ</b>	51,5	70,3	60,5	25,0	56,1

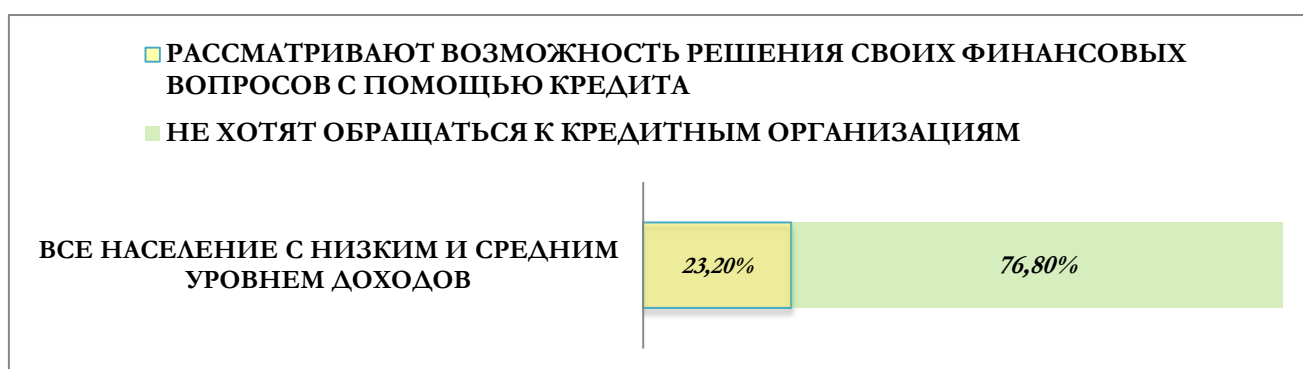
<sup>12</sup> В группе пенсионеров данная услуга доступна только работающим пенсионерам и военным пенсионерам, который в данный момент трудоустроились.

<sup>13</sup> Данные по предпринимателям рассчитывались из общего массива данных (44 респондента), так как в самостоятельном исследовании по предпринимателям этот вопрос не звучал.



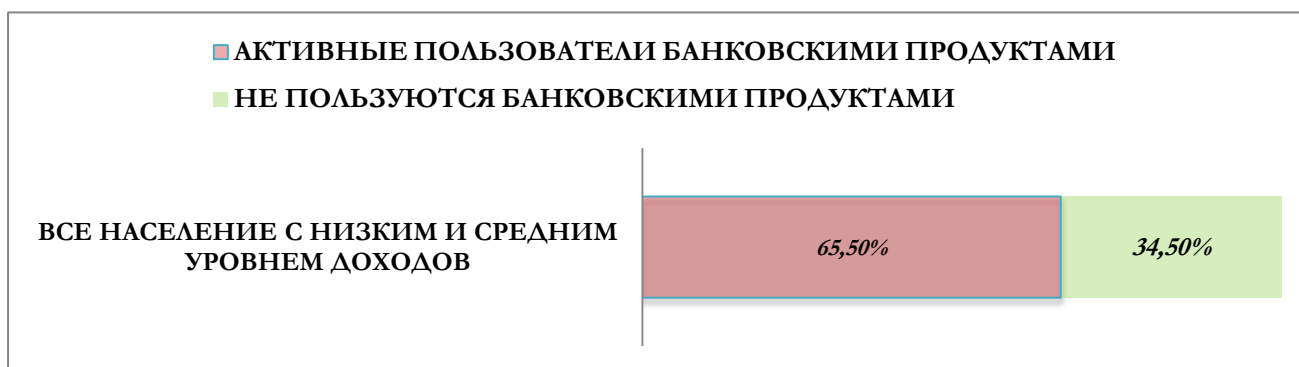
Следующие показатели, на основании которых будет в дальнейшем рассчитываться эффективность реализации Программы, касаются населения с низким и средним уровнем доходов.

Доля активных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов, сравнивающих различные варианты до получения кредита. Показатели рассчитывались на основании вопроса: «Предположим, вам предстоит крупные материальны траты, что вы выберете?». Таким образом, до начала реализации программы доля активных потребителей финансовых услуг в этом сегменте составляет 23,2%.

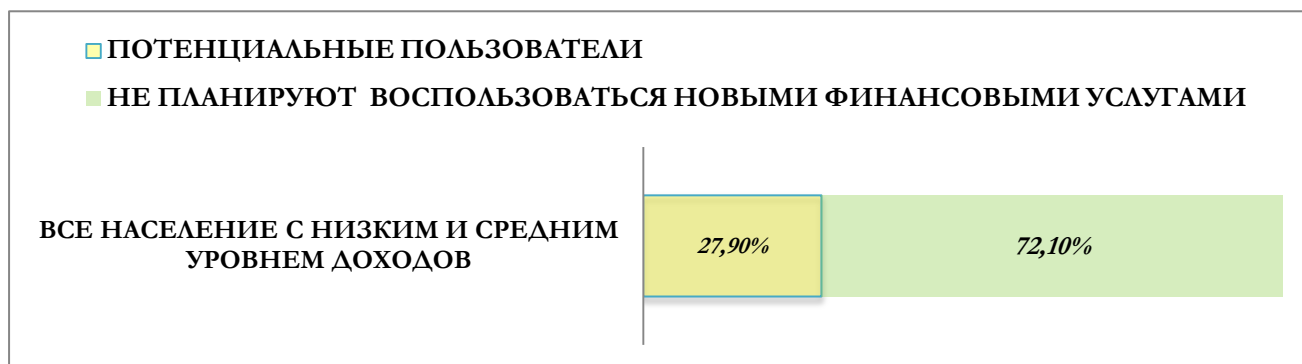


Доля активных и потенциальных потребителей финансовых услуг с низким и средним уровнем дохода, уверенных в возможности быстрого и справедливого разрешения споров с финансовыми организациями.

Активные пользователи финансовых услуг с низким и средним уровнем доходов рассчитывались на основании перекрестных данных уровня доходов респондентов и вопроса: «Скажите, какими из перечисленных финансовых услуг вы лично пользовались в течение последних двух месяцев?».



Доля потенциальных пользователей рассчитывалась из числа тех жителей региона с низким и средним уровнем доходов, кто рассматривает в ближайшие шесть месяцев возможность пользования теми или иными услугами.



<i>ПОКАЗАТЕЛИ ДО НАЧАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</i>	<i>АКТИВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ – СЕЙЧАС ПОЛЬЗУЮТСЯ ТЕМИ ИЛИ ИНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ</i>	<i>ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ (ПЛАНИРУЮТ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ТЕМИ ИЛИ ИНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ В ТЕЧЕНИЕ ШЕСТИ МЕСЯЦЕВ)</i>	<i>ДОЛЯ ОТ ВСЕГО НАСЕЛЕНИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, НЕЗАВИСИМО ОТ ПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫМИ УСЛУГАМИ</i>
<i>ОБРАЩАЛИСЬ ЗА ПОМОЩЬЮ И ВЕРЯТ В ВОЗМОЖНОСТЬ БЫСТРОГО РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ</i>	3,32	4,24	13,3
<i>НЕ ОБРАЩАЛИСЬ ЗА ПОМОЩЬЮ, НО ГОТОВЫ ЭТО СДЕЛАТЬ, ОТКРЫТЫ К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ</i>	48,08	44,2	58,5
<i>НИЧЕГО НЕ ЗНАЮТ ИЛИ НЕ ВЕРЯТ В ВОЗМОЖНОСТЬ СПРАВЕДЛИВОГО РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ</i>	48,6	51,56	28,2

Итак, стартовые критерии оценки до начала реализации Программы определены. В исследовании мы выяснили, что сама Программа актуальна, нужна калининградцам. Дальнейшее будет зависеть от конкретных исполнителей.



**В ПРИЛОЖЕНИЯХ ПРИВОДЯТСЯ ДОСЛОВНЫЕ ОТВЕТЫ РЕСПОНДЕНТОВ НА ВОПРОС: «ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ В НАШЕЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ?» ТЕНДЕНЦИИ, КОТОРЫЕ БЫЛИ ОЗВУЧЕНЫ В КАЖДОЙ РАССМАТРИВАЕМОЙ ГРУППЕ МЫ ОЗВУЧИВАЛИ ВЫШЕ В ОТЧЕТЕ.**

### **ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

#### **ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ В НАШЕЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ? (ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС)**

**14-17 ЛЕТ**

БЕСПЛАТНОЕ ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ ВСЕХ ЖЕЛАЮЩИХ
БОЛЬШЕ БЕСПЛАТНЫХ ЛЕКЦИЙ
БОЛЬШЕ БРОШЮР И СНИЗИТЬ ТАРИФЫ В ИНТЕРНЕТЕ НА СКАЧИВАЕМУЮ ИНФОРМАЦИЮ
БОЛЬШЕ ДАВАТЬ ИНФОРМАЦИИ В РЕКЛАМНЫХ РОЛИКАХ
БОЛЬШЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ КУРСОВ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В СМИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ВЫКЛАДЫВАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДАВАТЬ В СМИ И РЕКЛАМАХ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДОСТУПНОЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ, ПОСТОЯННО ЕЕ ДАВАТЬ ЛЮДЯМ И СО ВРЕМЕНЕМ ВСЕ СТАБИЛИЗИРУЕТСЯ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ ПО ЭТОЙ ТЕМЕ И ВО ВСЕХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ
БОЛЬШЕ ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЯ НА ЭТУ ТЕМУ
БОЛЬШЕ ПРОГРАММ ПО ТВ
БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ГАЗЕТАХ И ПО ТВ, РАБОТА В КОЛЛЕКТИВАХ
БУКЛЕТЫ. ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
ВВЕСТИ В ШКОЛЬНУЮ ПРОГРАММУ КУРС ПО ФИН.ГРАМОТНОСТИ
ИНТЕРНЕТ
ИНФОРМАЦИИ БОЛЬШЕ В ИНТЕРНЕТЕ
ИНФОРМАЦИЯ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ
КОМУ НУЖНО, ТОТ УЗНАЕТ В БАНКЕ ВСЮ ИНФОРМАЦИЮ
КОНСУЛЬТАЦИИ ПО САЙТАМ И ФОРУМЫ
ЛЕКЦИИ В СТАРШИХ КЛАССАХ
ЛИЧНОЕ РЕШЕНИЕ КАЖДОГО-КТО ЗАХОЧЕТ, ТОТ НАЙДЕТ ГДЕ ВЗЯТЬ
НАЛАДИТЬ ПОРЯДОК В ЭКОНОМИКЕ СНАЧАЛА, ПОТОМ ГРАМОТНОСТЬ ПОНАДОБИТСЯ. А СЕЙЧАС ВСЕ РАВНО ЛИШНИХ ДЕНЕГ У НАРОДА НЕТ
НАЧИНАТЬ ОБУЧАТЬ С 16 ЛЕТ



ОБЛАСТЬ НАДО СДЕЛАТЬ ОТДЕЛЬНЫМ ГОСУДАРСТВОМ
ОБУЧЕНИЕ В ШКОЛЕ И НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
ОБУЧЕНИЕ, ДОСТУПНОЕ ЛЮБЫМ СЛОЯМ НАСЕЛЕНИЯ
ОТКРЫТЬ КЛУБЫ С БЕСПЛАТНЫМИ ЗАНЯТИЯМИ
ОТКРЫТЬ СОЦСЛУЖБЫ ДЛЯ ИНФОРМИРОВАНИЯ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ. СЕМИНАРЫ НА РАБОТЕ
ПЕРЕХОД К АНАРХИЧЕСКОМУ СТРОЮ
ПОБОЛЬШЕ РАЗЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ-ЧТОБЫ ЛЮДИ ЗНАЛИ ГДЕ ОБУЧАТЬСЯ
ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ
ПОМЕНЯТЬ ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВА. ПРОСВЯЩАТЬ НАРОД
ПОМЕНЯТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВО КАРДИНАЛЬНО
ПОЧАЩЕ ПРОВОДИТЬ РАЗЪЯСНИТЕЛЬНУЮ РАБОТУ
ПРЕПОДАВАТЬ В ШКОЛАХ
ПРЕПОДАВАТЬ В ШКОЛАХ И ИНСТИТУТАХ
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ СЕМИНАРЫ И ТАК СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ЛЮДИ САМИ ПОНЯЛИ, ЧТО ИМ ЭТО НУЖНО
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ ЛЕКЦИИ В БЕСПЛАТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ
ПРОВОДИТЬ БИЗНЕССЕМИНАРЫ С БЕСПЛАТНЫМ ВХОДОМ
ПРОВОДИТЬ ЗАНЯТИЯ В СТАРШИХ КЛАССАХ В ШКОЛЕ И ДРУГИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ
ПРОВОДИТЬ КУРСЫ
ПРОВОДИТЬ ЛИКВИДАЦИЮ ДЕЗЫ
ПРОВОДИТЬ ПОДОБНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ УЖЕ СО ШКОЛЫ <sup>99</sup>
РАДИО. СЛУЖБЫ С БЕСПЛАТНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ
РЕКЛАМА, ПЕРЕДАЧИ
СДЕЛАТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ ДЛЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ
СДЕЛАТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ И ЧАЩЕ РАССКАЗЫВАТЬ ПО ТВ
СДЕЛАТЬ В СТАРШИХ КЛАССАХ КУРСЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ФИНАНСАМ, ПЕРЕДАЧИ ОНЛАЙН ПО ИНТЕРНЕТУ НА ЭТУ ТЕМУ
СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДОСТУПНОЙ
СДЕЛАТЬ НУЖНУЮ ИНФОРМАЦИЮ БОЛЕЕ ПОНЯТНОЙ
СДЕЛАТЬ ОБРАЗОВАНИЕ БОЛЕЕ ДОСТУПНЫМ
СДЕЛАТЬ СПЕЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛ И ПРЯМУЮ ЛИНИЮ ПО ТЕЛЕФОНУ, НО НЕ С БАНКОМ ИЛИ СТРАХОВОЙ КОМПАНИЕЙ, А С НЕЗАВИСИМЫМ ИСТОЧНИКОМ, КОТОРЫЙ МОЖЕТ ДАТЬ ЛЮБОЙ СОВЕТ ПО ФИНАНСАМ. ЛЮДИ БАНКАМ НЕ ОСОБО ВЕРЯТ
СДЕЛАТЬ СПРАВОЧНЫЙ ЦЕНТР. ЕДИНУЮ СПРАВОЧНУЮ ПО ТЕЛЕФОНУ.
СМЕНА ПРАВИТЕЛЬСТВА СВЕРХУ ДО НИЗУ. ПОЛНАЯ РЕФОРМА В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ
СМЕНИТЬ ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕЖИМ
СМЕНИТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВО. ТОГДА НАРОД БУДЕТ ЖИТЬ ЛУЧШЕ И НЕ БУДЕТ ФИНАНСОВО НЕ ГРАМОТНЫМ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ
СПЕЦПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
УБРАТЬ КОРРУПЦИЮ В СТРАНЕ И НАРОДУ СТАНЕТ ЛЕГЧЕ
УВЕЛИЧИТЬ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ ОБ ЭТОМ И СДЕЛАТЬ ГОРЯЧИЕ КРУЛОСУТОЧНЫЕ ЛИНИИ
УДЕЛИТЬ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ ОСВЕДОМЛЕНИЮ ГРАЖДАН



ЧЕЛОВЕК ОБ ЭТОМ ДОЛЖЕН ДУМАТЬ САМ  
 ЧТОБЫ ИНФОРМАЦИЯ БЫЛА ДОСТУПНЕЕ ДЛЯ НАРОДА  
 ЧТОБЫ УЧИЛОСЬ НАСЕЛЕНИЕ НОРМАЛЬНО-НУЖНО ЭТОГО ХОТЕТЬ  
 ЭТО УЖЕ НЕИСПРАВИМО, СИТУАЦИЮ НЕ ПРОСТО ИЗМЕНИТЬ

## **МОЛОДЕЖЬ 17-26 ЛЕТ**

А СМЫСЛА? ЛИЧНО Я ЕГО НЕ ВИЖУ  
 АКТИВНЕЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТЕЛЕВИДЕНИЕ И СМИ  
 БЕСПЛАТНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ. СТОЙКИ ПО ГОРОДУ  
 БЕСПЛАТНУЮ ИНТЕРНЕТ-СТОЙКУ С НУЖНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ В СУПЕРМАРКЕТАХ, МАГАЗИНАХ  
 БЕСПЛАТНЫЕ БРОШЮРЫ, ПЕРЕДАЧИ ТИПА КАК НА РЫК. ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛЫ МЕСТНЫЕ  
 БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА ПО АБСОЛЮТНО ВСЕМ ВОПРОСАМ  
 БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ-РАССКАЗАТЬ ВСЕ ПЛЮСЫ И МИНУСЫ  
 БОЛЕЕ ДОСТУПНУЮ ИНФОРМАЦИЮ  
 БОЛЬШЕ БЕСПЛАТНЫХ КОНСУЛЬТАЦИИ, БУКЛЕТЫ  
 БОЛЬШЕ ДОСТУПНОЙ ИНФОРМАЦИИ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В СМИ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В СМИ, НО НЕ СЛИШКО ЗАГРУЖАТЬ ИНФОРМАЦИЕЙ, В РАЗУМНЫХ ПРЕДЕЛАХ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДАВАТЬ В СМИ И РЕКЛАМАХ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ НУЖНО НАСЕЛЕНИЮ, УЗНАВАТЬ НЕ ДРУГ ОТ ДРУГА, А ПО ТВ, СМИ - ВСЕМИ СПОСОБАМИ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ О ГОСУДАРСТВЕННЫХ И НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ОТ ГОСУДАРСТВА ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ И В ГАЗЕТАХ. ИЗЛОЖЕНИЕ ДОЛЖНО ИДТИ В ДОСТУПНОЙ ФОРМЕ, ЧТОБЫ ЛЮДИ ПОНИМАЛИ, ЧТО ИМ РАССКАЗЫВАЮТ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ, В СМИ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В ГАЗЕТАХ, ТВ, В КОЛЛЕКТИВАХ  
 БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ ГРАЖДАН  
 БОЛЬШЕ ОТКРЫТЬ СПЕЦ-ЦЕНТРОВ  
 БОЛЬШЕ ПЕРЕДАЧ ПО ТВ, БЕСПЛАТНЫХ ЛЕКЦИИ  
 БОЛЬШЕ ПРОСВЕЩАТЬ ПО ВСЕМ ВОЗМОЖНЫМ СМИ  
 БОЛЬШЕ РЕКЛАМНЫХ ЩИТОВ  
 БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПЕРЕДАЧ ПО ТВ  
 БОЛЬШЕ СПЕЦРЕКЛАМЫ ВО ВСЕХ СРЕДСТВАХ СВЯЗИ  
 БОЛЬШЕ СТАТЕЙ В ГАЗЕТАХ, ПО ТВ КУРСЫ, ЛЕКЦИИ  
 БОЛЬШЕ СТАТЕЙ В СМИ, ПО ТВ, ЛЕКЦИИ В КОЛЛЕКТИВАХ  
 БОЛЬШЕ СТАТЕЙ ПО ТВ  
 БОЛЬШЕ ЧЕСТНЫХ ЧИНОВНИКОВ, СПРАВЕДЛИВЫХ



БРОСИТЬ ЛЮДЯМ ПИТЬ
В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ СЛУЖАЩИЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ БОЛЕЕ ВЕЖЛИВЫМИ, ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНЫМИ И ОТВЕТСТВЕННЫМИ
В ШКОЛАХ ВВЕСТИ УРОКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ
В ШКОЛЕ И УЧИЛИЩАХ ПРЕПОДАВАТЬ
ВВЕСТИ В ОБРАЗОВАТ.УЧЕРЕЖДЕНИЯХ ДИСЦИПЛИНУ ПО ФИН.ГРАМОТНОСТИ. РАСШИРИТЬ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ
ВВЕСТИ ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИКИ В СТАРШИХ КЛАССАХ ШКОЛЫ
ВЛАСТЯМ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НА ПРОСТЫХ ЛЮДЕЙ
ВЫЯВЛЯТЬ ПОТРЕБНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ.ПРИВЛЕКАТЬ РАБОТНИКОВ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ ДЛЯ РЕКЛАМЫ И ПРОСВЕЩЕНИЯ
ГОВОРИТЬ ЧЕСТНО О ПРОБЛЕМАХ
ГРАМОТНОЕ ПОВЫШЕНИЕ ЦЕН, УВЕЛИЧЕНИЕ ЗАРПЛАТЫ
ДАВАТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ
ДЕЛАТЬ БОЛЬШЕ ТВ ПЕРЕДАЧ О ФИНАНСАХ И ПОЧАЩЕ КРУПНТЬ ПО ТВ, СДЕЛАТЬ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ САЙТ С ИНФОРМАЦИЕЙ
ДОЛЖНО БЫТЬ ЖЕЛАНИЕ У КАЖДОГО ПОВЫШАТЬ СВОЮ ГРАМОТНОСТЬ
ДОСТУПНО ОБЪЯСНЯТЬ НАСЕЛЕНИЮ И ОБУЧАТЬ ЕГО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ
ДОСТУПНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ЕЩЕ В ШКОЛЕ ВВОДИТЬ ДИСЦИПЛИНУ
ЖЕЛАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ БЫТЬ ГРАМОТНЫМ
ЖЕЛАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ ПРОСВЯЩАТЬСЯ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ ВЫГОДНЫМИ ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ МОЛОДЕЖЬ. РАЗДАВАТЬ БРОШЮРЫ И ГАЗЕТКИ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ В ЭТОМ
ИЗМЕНИТЬ ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВА
ИНТЕРНЕТ РАЗВИВАТЬ
ИНТЕРНЕТ.
ИНФОРМАЦИЮ В МЕСТНЫХ СМИ, В КАЖДОМ ФИНАНСОВОМ УЧРЕЖДЕНИИ СПЕЦИАЛИСТЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ БОЛЕЕ ГРАМОТНЫМИ
ИНФОРМАЦИЮ ПО ГРАМОТНОСТИ ПО РАДИО
ИНФОРМАЦИЮ ПО ТВ, СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ, ВЫСТУПЛЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В КОЛЛЕКТИВАХ
ИНФОРМИРОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ
ИНФОРМИРОВАТЬ ЧЕРЕЗ ТВ,СМИ
КОМУ НУЖНО ТОТ САМ УЗНАЕТ ВСЮ ИНФОРМАЦИЮ В БАНКЕ
КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ИНТЕРНЕТУ
КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ И ИНТЕРНЕТУ.ЛЕКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ
ЛЕКЦИИ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ
ЛЕКЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ.ФААЕРЫ.ГАЗЕТЫ БЕЗПЛАТНЫЕ И КОНСУЛЬТАЦИИ. ЦЕНТРЫ.ТЕЛЕФОННЫЕ ИЛИ ИНТЕРНЕТ КОНСУЛЬТ.БЕСПЛАТНЫЕ ДЛЯ ВСЕХ
ЛЮДЯМ БЫТЬ САМИМ ПРОИНФОРМИРОВАННЫМ, СТРЕМИТЬСЯ К ЗНАНИЯМ, ОБЩАТЬСЯ С БОЛЕЕ ГРАМОТНЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ
МЕНЬШЕ ДАВИТЬ НА ЛЮДЕЙ, ПУСТЬ САМИ ИНТЕРЕСУЮТСЯ ПОДОБНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ
МОДЕРНИЗИРОВАТЬ СТАРОЕ ПОКОЛЕНИЕ, ДОВЕСТИ ДО НИХ СВЕДЕНИЯ И ОБЪЯСНИТЬ ЗАЧЕМ ИМ ЭТО НУЖНО
НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ ОБЪЯСНЯТЬ
НА РАБОЧИХ МЕСТАХ СПЕЦИАЛИСТЫ, КОНСУЛЬТАЦИИ





НАДО ЗАСТАВИТЬ ЛЮДЕЙ ОТНОСИТЬСЯ К ЖИЗНИ ПО ДРУГОМУ
НАСЕЛЕНИЕ ДОЛЖНО САМО ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ ФИНАНСАМИ
НЕ НАДО УЧИТЬ ЖИТЬ-ПОМОГИТЕ МАТЕРИАЛЬНО. ВОЗДЕЙСТВОВАТЬ НА ЧАСТНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СЕКТОР-ОТРЕГУЛИРОВАТЬ УРОВЕНЬ ЗП НАРОДА
НЕ ХВАТАЕТ ИНФОРМАЦИИ, НУЖНО ЕЕ ПОВЫСИТЬ
НЕОБХОДИМО ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ В ЭТОМ
ОБРАЗОВЫВАТЬ СО ШКОЛЫ
ОБУЧАТЬ НАСЕЛЕНИЕ И ЧТОБЫ ЗНАТЬ КУДА ИДТИ ЗА ЗНАНИЯМИ
ОБУЧЕНИЕ ДОСТУПНЫМ СДЕЛАТЬ И ДЕШЕВЛЕ
ОБЩЕНИЕ С КОЛЛЕГАМИ И ДРУЗЬЯМИ
ОБЩИЙ СПЕЦСАЙТ В ИНТЕРНЕТЕ
ОСТАВИТЬ ВСЕ КАК ЕСТЬ
ОТКРЫТЬ СПЕЦ. УЧРЕЖДЕНИЯ С ДОСТУПОМ К ИНТЕРНЕТУ; ЯРКОЕ, НЕ ПОДВАЛЬНОЕ ПОМЕЩЕНИЕ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ.СЕМИНАРЫ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
ПЕРЕСТАТЬ СТРОИТЬ БАНКИ ИХ МНОГО ЛЮДИ ТЕРЯЮТСЯ.ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
ПИСАТЬ ГАЗЕТНЫЕ СТАТЬИ
ПЛАКАТЫ.СТЕНДЫ.БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
ПО ТВ РАЗЛИЧНЫЕ ПЕРЕДАЧИ, СВЯЗАННЫЕ С ЭТИМ, ПРИМЕРНО С 17 ДО20 ЧАСОВ
ПОБОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ И ДОСТУПНОСТЬ
ПОБОЛЬШЕ ПРОГРАММ НА ТВ
ПОВЫСИТЬ БЛАГОУСТРОЙСТВО
ПОВЫСИТЬ ЗП НАРОДУ
ПОВЫСИТЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ ГРАЖДАН В ДАННОМ ВОПРОСЕ, ПЕРЕДАЧИ В СМИ
ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИИ-ЧТОБЫ ОНА СТАЛА ВСЕМ ПОНЯТНОЙ
ПРИ ОБРАЩЕНИИ В БАНК МНЕ ДАЛИ ИНФОРМАЦИЮ
ПРИВИВАТЬ БОЛЕЕ СТАРШЕМУ ПОКОЛЕНИЮ НЕОБХОДИМОСТЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ, ПРОВОДИТЬ ВСЕВОЗМОЖНЫЕ СЕМИНАРЫ, ТРЕНИНГИ
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ ЛЕКЦИИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ
ПРОВОДИТЬ КОНСУЛЬТАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ, РАСПРОСТРАНЯТЬ БУКЛЕТЫ И ИНФОРМАЦИИ
ПРОВОДИТЬ КУРСЫ.ТРЕНИНГИ
ПРОВОДИТЬ ЛЕКЦИИ В УНИВЕРСИТЕТАХ, УСТРАИВАТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
ПРОВОДИТЬ СПЕЦ. БЕСЕДЫ ПО ТВ,РЕКЛАМЕ-ДОЛЖНО БЫТЬ ПОНЯТНО
ПРОСВЕЩАТЬ ОСОБЕННО МОЛОДЕЖЬ ЧЕРЕЗ САЙТЫ И СМИ
ПУБЛИКАЦИИ В СМИ. ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
РАДИО. В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ ПРОВОДИТЬ ЛЕКЦИИ
РАДИО. ЧАЩЕ РАЗГОВАРИВАТЬ С ЛЮДЬМИ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ-ОБЪЯСНЯТЬ ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ И КУДА ОБРАЩАТЬСЯ
РАСКЛЕЙКА ОБЪЯВЛЕНИИ НА ПОДЪЕЗДЫ
РАСПРОСТРАНЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ ПО ТВ
РАСПРОСТРАНЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ
РАССЫЛАТЬ СООБЩЕНИЯ О ФИНАНСАХ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ, ГОССЛУЖАЩИЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ БОЛЕЕ ТАКТИЧНЫМИ И ГРАМОТНЫМИ, ЧАЩЕ ПУБЛИКАЦИИ В СМИ НА ТЕМУ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, НО НЕ КОММЕРЧЕСКИХ
СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ БОЛЕЕ ДОСТУПНОЙ, ПОВЕСИТЬ НА ОСТАНОВКАХ ПЛАКАТЫ С НОМЕРАМИ ТЕЛЕФОНОВ И ИНФОРМАЦИИ



СДЕЛАТЬ В ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ДНИ СПЕЦ. КОНСУЛЬТАЦИИ. РАЗДАВАТЬ БРОШЮРЫ ОКОЛО БАНКОВ
СМЕНИТЬ РУКОВОДСТВО ГОСУДАРСТВА
СОЗДАТЬ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ САЙТ, ГДЕ РАЗМЕЩАТЬ СПРАВОЧНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ
СОЗДАТЬ СПЕЦИАЛЬНЫЕ ИНФОРМЦЕНТРЫ
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕДАЧИ НА ТВ
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО ТВ
СПЕЦИАЛЬНЫЙ САЙТ В ИНТЕРНЕТЕ, ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
СТАТЬИ В СМИ
СТАТЬИ В СМИ. ТВ. РЕКЛАМА. ЛЕКЦИИ
ТВ.СМИ.ИНТЕРНЕТ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ИНТЕРНЕТ, ГАЗЕТЫ
ТЕЛЕЛЕКЦИИ И КУРСЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ
ТОЛКУ НЕТ-ВСЕ РАВНО НАРОД НЕ СЛЫШАТ
УВЕЛИЧИТЬ З\П ЧТОБЫ ЕЕ ГРАМОТНО РАСПОРЯЖАТЬСЯ
УВЕЛИЧИТЬ ОБЪЕМЫ ИНФОРМАЦИИ
УЛУЧШИТЬ ОБРАЗОВАНИЕ
ЧТОБЫ БЫЛА БОЛЕЕ ПОНЯТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
ЧТОБЫ НАРОД ХОТЕЛ И СТРЕМИЛСЯ К ОБРАЗОВАНИЮ
ЧТОБЫ НАСЕЛЕНИЕ САМО ЗАХОТЕЛО
Я РАБОТАЮ В БАНКЕ И МНЕ ДОСТАТОЧНО ИНФОРМАЦИИ. НАДО САМОМУ НАСЕЛЕНИЮ ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ ЭТИМ, ЭТО В ИХ ИНТЕРЕСАХ



**ПРИЛОЖЕНИЕ №2****ОТВЕТЫ ПЕНСИОНЕРОВ НА ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС: «ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ В НАШЕЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ?»**

А КОМУ ЭТО ИНТЕРЕСНО? ГОСУДАРСТВО НЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНО В НАШЕЙ ГРАМОТНОСТИ
БЕСЕДЫ ПО ТВ
БЕСПЛАТНАЯ ПОМОЩЬ У СПЕЦИАЛИСТОВ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ И ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ ОСВОЕНИЯ КОМПЬЮТЕРОМ
БОЛЬШЕ ЮРИДИЧЕСКОЙ МИНФОРМАЦИИ, БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
БОЛЬШЕ ВЫДАВАТЬ ИНФОРМАЦИИ ПО ВСЕМ СРЕДСТВАМ СВЯЗИ
БОЛЬШЕ ДОСТУПНОЙ ИНФОРМАЦИИ СМІ ТВ КОМПЬЮТЕР. БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В СМІ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ ПО ТВ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДОСТУПНОЙ ПЕНСИОНЕРАМ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ СДЕЛАТЬ ДОСТУПНОЙ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ ЧЕРЕЗ СМІ
БОЛЬШЕ ПЕРЕДАЧ ТВ И В ГАЗЕТАХ
БОЛЬШЕ ПРАВДЫ ОБ ЭТОМ
БОЛЬШЕ ПРОВОДИТЬ ВОСПИТАТЕЛЬНУЮ И РАЗЪЯСНИТЕЛЬНУЮ РАБОТУ
БОЛЬШЕ СПЕЦ. ПЕРЕДАЧ ПО ТВ. В СМІ СТАТЬИ
БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ
БОЛЬШЕ ЧЕРЕЗ СМІ РАЗЪЯСНЯТЬ, ОБУЧАТЬ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДЕВАТЬ ПО ТВ И РАДИО
БОРОТЬСЯ С КОРРУПЦИЕЙ И ПОВЫСИТЬ ПЕНСИИ, ЧТОБЫ БЫЛО ЧТО КОПИТЬ!
БУКЛЕТЫ. ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
В МАГАЗИНАХ ПЛАКАТЫ И БРОШЮРЫ
В МОЕМ ВОЗРАСТЕ УЖЕ НИЧЕГО НЕ НАДО, ДЛЯ ПЕНСИОНЕРОВ БОЛЬШИНСТВО ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ НЕДОСТУПНО
В ПЕЧАТИ ИНФОРМАЦИЯ И ПО ТВ, В ШКОЛАХ, ВУЗАХ ПРОСВЕЩЕНИЕ
В СМІ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ
ВВЕСТИ КУРС ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ СО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА
ВУЗЫ ДАЮТ НЕДОСТАТОЧНО ИНФОРМАЦИИ МОЛОДЕЖИ - ИНФОРМИРОВАТЬ ИХ О НОВШЕСТВАХ В ЭКОНОМИКЕ
ВЫВСТУПЛЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВАХ



ВЫСТУПЛЕНИЕ ПО ТВ. БОЛЕЕ ДОСТУПНАЯ ИНФОРМАЦИЯ В ГАЗЕТАХ
ВЫСТУПЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ В КОЛЛЕКТИВАХ, ИНФОРМАЦИЯ В СМИ
ВЫСТУПЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ
ГАЗЕТЫ
ГОВОРИТЬ ОБ ЭТОМ СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЬИ
ДАТЬ ЛЮДЯМ РАБОТУ, ЧТОБЫ БЫЛИ УВЕРЕНЫ В ЗАВТРАШНЕМ ДНЕ
ДЕЛАТЬ МЕНЬШЕ НАЛОГИ И ПРОЦЕНТ КРЕДИТА. РАССКАЗЫВАТЬ ПО ТВ В ПЕРЕДАЧАХ
ДЕЛАТЬ НАГЛЯДНЫЕ ПРИМЕРЫ
ДЕПУТАТЫ РАБОТАЛИ НА БЛАГО ЛЮДЕЙ
ДЛЯ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ РАЗНЫЕ СПОСОБЫ
ДОВОДИТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДО ПРОСТЫХ ГРАЖДАН
ДОЛЖНА БЫТЬ ПОТРЕБНОСТЬ БЫТЬ ГРАМОТНЫМ
ДОЛЖНО НАСЕЛЕНИЕ САМО ЭТОГО ХОТЕТЬ
ДОНЕСТИ ИНФОРМАЦИЮ О ТОМ, ГДЕ ВОБЩЕ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ, ЧТОБЫ ЛЮДИ ЭТО ЗНАЛИ
ДОНОСИТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДО ЛЮДЕЙ В СМИ, РАЗЛИЧНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ
ДОСТУПНО НАС ПРОСВЯЩАТЬ
ДОСТУПНО РАЗЪЯСНЯТЬ В СМИ
ЗАВИСИТ ОТ ГОСУДАРСТВА
ЗАВИСИТ ОТ ЖЕЛАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПОВЫСИТЬ СВОЮ ФИНАНСОВУЮ ГРАМОТНОСТЬ
ЗАВИСИТ ОТ ЧЕЛОВЕКА, ДОЛЖНО БЫТЬ САМООБРАЗОВАНИЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ ГОСУДАРСТВА В ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ДОЛЖНА БЫТЬ, ДОНЕСТИ ДО НАСЕЛЕНИЯ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ, ЧЕРЕЗ СМИ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ
ЗАКОНЫ ДОЛЖНЫ ИСПОЛНЯТЬСЯ ДЛЯ ВСЕХ, НАВЕСТИ ПОРЯДОК, ИНФОРМИРОВАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ НА УРОВНЕ ГОСУДАРСТВА
ЗАПРЕТИТЬ АЛКОГОЛЬ. ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ ЛЮДЕЙ
ИМЕТЬ СТИМУЛ НАДО. А ТАК НЕТ СМЫСЛА
ИНФОРМАЦИЯ В ГАЗЕТАХ, ТВ
ИНФОРМАЦИЯ ПО ТВ, ПЕРЕДАЧИ
ИНФОРМИРОВАТЬ ЛЮДЕЙ О ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ
ИНФОРМИРОВАТЬ ПО ТВ, СМИ
ИНФОРМИРОВАТЬ СПЕЦИАЛИСТАМИ В КОЛЛЕКТИВАХ
ИНФОРМИРОВАТЬ, СПЕЦИАЛЬНУЮ ПЕРЕДАЧУ НА МЕСТНОМ ТВ СДЕЛАТЬ
ИСПОЛЬЗОВАТЬ МЕСТНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ И СМИ
КОНСУЛЬТАЦИИ БЕСПЛАТНО ПРОВОДИТЬ
КУРСЫ ПРОВОДИТЬ-ОСОБО ДЛЯ МОЛОДЕЖИ



ЛЕКЦИИ. ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ.СТАТЫ В ГАЗЕТАХ.ВЫСТУПЛЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ

ЛИКБЕЗ. БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ

ЛЮДИ ЭНЕРТНЫ-ПОКА САМИ НЕ ЗАХОТЯТ ЧТОТО ДЕЛАТЬ

МНЕ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСНО

МНЕ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСНО, МНЕ УЖЕ 80 ЛЕТ

НА РАБОЧИХ МЕСТАХ СПЕЦИАЛИСТЫ, КОНСУЛЬТАЦИИ

НАДО ВВОДИТЬ ПРЕДМЕТ С НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ, ОБРАЗОВЫВАТЬ МОЛОДЕЖЬ

НЕ ИНТЕРЕСУЮСЬ - ВОЗРАСТ УЖЕ НЕ ТОТ

НЕОБХОДИМО ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ

НЕОБХОДИМО УВЕЛИЧИТЬ ИНФОРМАЦИЮ И ДОСТУПНО ЕЕ ДОНОСИТЬ ДО ЛЮДЕЙ

НУЖНО ИЗМЕНИТЬ СИСТЕМУ ГОСУДАРСТВА

НУЖНО ИЗМЕНИТЬ СИСТЕМУ НАЧИНАЯ С ГОСУДАРСТВА И ЗАКАНЧИВАЯ РЕГИОНАМИ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЛИКБЕЗЫ НУЖНО ОРГАНИЗОВАТЬ КАК В 1930 ГОДАХ

ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ НА ПЕНСИОНЕРОВ-МЫ НИЩЕ-НЕТ ФИНАНСОВ

ОБУЧАТЬ И КОНСУЛЬТИРОВАТЬ

ОБУЧАТЬ НА КУРСАХ-ОСОБЕННО МУЖЧИН. ЧТОБЫ МЕНЬШЕ ПЛАТ И БОЛЬШЕ ФИНАНСАМИ ЗАНИМАЛИСЬ

ОБУЧАТЬ НАРОД БЕСПЛАТНО

ОБУЧАТЬ НАРОД ГРАМОТНОСТИ, БЕСПЛАТНО.

ОБУЧЕНИЕ ПРОВОДИТЬ

ОБУЧЕНИЕ СО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

ОБЪЯСНЯТЬ В КОЛЛЕКТИВАХ

ОРГАНИЗОВЫВАТЬ ВСТЕЧИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ, СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕДАЧИ НА ТВ

ОТКРЫТЬ ПО ГОРОДУ ТОЧКИ С БЕСПЛАТНЫМИ КОНСУЛЬТАЦИЯМИ

ОТКРЫТЬ ТОЧКИ С БЕСПЛАТНЫМИ КОНСУЛЬТАЦИЯМИ

ПЕРЕДАЧИ В "БАЛТИЙСКОМ ТВ КЛУБЕ"

ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ И ГАЗЕТЫ - РАЗЪЯСНЯТЬ ЛЮДЯМ

ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ. ОРГАНИЗОВАТЬ ДИСКУССИИ. ГОРЯЧИЕ ЛИНИИ БЕСПЛАТНЫЕ. КОНСУЛЬТАЦИИ

ПЛАТИТЬ ДОСТОЙНУЮ ПЕНСИЮ

ПО ТВ ПОКАЗАТЬ ПРОСВЯЩАЮЩИЕ ПЕРЕДАЧИ

ПОВЕСИТЬ ПЛАКАТЫ В ЭЛЕКТРИЧКАХ И ОБЩЕСТВЕННОМ ТРАНСПОРТЕ

ПОВЫСИТЬ МАТЕРИАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ

ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИИ

ПОДНЯТЬ ПЕНСИИ

ПОДНЯТЬ С\Х. ДАТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ РАБОТАТЬ ЛЮДЯМ

ПОДНЯТЬ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ



ПОДРОБНО ОПИСЫВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ

ПОМЕНИТЬ ПОЛИТИКУ ПАРТИИ, КОНТРОЛЬ ГОСУДАРСТВА

ПРАКТИКОВАТЬ КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ

ПРЕДОСТАВИТЬ ЧЕЛОВЕКУ ПРАВО ВЫБОРА-МНОГИЕ НАВЯЗЫВАЮТ СВОЕ МНЕНИЕ

ПРЕДСТАВЛЯТЬ ЛЮДЯМ ИНФОРМАЦИЮ, ОБУЧАТЬ СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЫ

ПРЕПОДАВАТЬ АЗЫ В ШКОЛАХ

ПРЕПОДАВАТЬ В ВУЗАХ И Т.П. ПО СПЕЦПРОГРАММЕ

ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ, ОБЪЯСНЯТЬ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ

ПРОВОДИТЬ ОБУЧАЮЩИЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ГАЗЕТАХ, ТВ

РАДИО И ПЛАКАТЫ В ЭЛЕКТРИЧКАХ И АВТОБУСАХ

РАДИО. ПОДРОБНЕЕ ОБЪЯСНЯТЬ

РАДИО. БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ С ФИНАНСОВО ГРАМОТНЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ

РАЗВИВАТЬ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО, ДАВАТЬ РАБОТУ ЛЮДЯМ - А ОНИ САМИ  
РАЗБЕРУТСЯ - СЕЙЧАС ИНФОРМАЦИИ МНОГО

РАЗВИТЬ БОЛЬШЕ С\Х

РАЗЪЯСНЕНИЯ ПО ТВ И СМИ

РЕКЛАМА, ПЛАКАТЫ НА УЛИЦЕ

РЕКЛАМА. В ШКОЛАХ 10-11 КЛАССЫ

РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ ПО ТВ

СДЕЛАТЬ ДОСТУПНОЙ ИНФОРМАЦИЮ

СДЕЛАТЬ РАДИО-ПЕРЕДАЧИ НА ЭТУ ТЕМУ, ИНФОРМАЦИЮ О ФИНАНСАХ - ДОСТУПНОЙ

СДЕЛАТЬ ЧАЩЕ СООБЩЕНИЕ В КОЛЛЕКТИВАХ. СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ ЧАЩЕ ПИСАТЬ

СОЗДАНИЕ ДОСТУПНОГО САЙТА С ПУБЛИКОВАНИЕМ ФИНАНСОВЫХ ДОКУМЕНТОВ, ПРОСВЕЩЕНИЕ ПО  
ТВ НА НАРОДНОМ КАНАЛЕ

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ, СТАТЬИ В СМИ

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ГАЗЕТЫ РАССЫЛАТЬ

СПЕЦРУБРИКУ НА ТВ

СТАРАЯ УЖЕ, НЕ ПОНИМАЮ

СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ, ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ

ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ГАЗЕТЫ, САМИМ УЗНАВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ

УВЕЛИЧИТЬ ВРЕМЯ ПРИЕМА ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ

УВЕЛИЧИТЬ ИНФОРМАЦИЮ

УВЕЛИЧИТЬ КОЛИЧЕСТВО ИНФОРМАЦИИ В ГАЗЕТАХ И НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

УДЕЛЯТЬ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ВОПРОСАМ

УЛУЧШИТЬ ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ, ПОВЫСИТСЯ ГРАМОТНОСТЬ (ПОЯВИТСЯ  
ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ)

УЧИТЬ МОЛОДЕЖЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ



УЧИТЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В ВУЗАХ И КОЛЛЕДЖАХ

УЧИТЬ ЧЕРЕЗ СМІ

УЧИТЬСЯ В ШКОЛЕ ХОРОШО

ХОРОШО ПРЕПОДАВАТЬ ЭТОТ ПРЕДМЕТ В ШКОЛЕ

ЧЕЛОВЕКУ, НЕ ИМЕЮЩЕМУ ДЕНЕГ ГРАМОТНОСТЬ НИКЧЕМУ

ЧЕРЕЗ СМІ РАЗЪЯСНИТЕЛЬНЫЕ БЕСЕДЫ

ЧТОБЫ БЫЛИ ЗАЩИЩЕНЫ ПЕНСИОНЕРЫ -А ЧІНОВНИКІ МЕНЬШЕ ВОРОВАЛИ

ЧТОБЫ МОЛОДЕЖЬ УЧИЛАСЬ И БЫЛА В ЭТОМ ЗАИНТЕРЕСОВАНА

ЧТОБЫ НАС, ПЕНСИОНЕРОВ УЧИЛИ, ДОВОДИЛИ ИНФОРМАЦИЮ ПО ТВ, УЧИЛИ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ АВТОМАТАМИ, ЭЛЕКТРОНЫМИ ПЛАТЕЖАМИ



**ПРИЛОЖЕНИЕ 3****ПРЕДСТАВИТЕЛИ БИЗНЕСА**

БАНКИРАМ РАБОТАТЬ С ЛЮДЬМИ
БЕСПЛАТНОЕ ОБУЧЕНИЕ, ТРЕНИНГИ
БЕСПЛАТНЫЕ ОБУЧАЮЩИЕ КУРСЫ
БЕСПЛАТНЫЕ СЕМИНАРЫ, ПРАКТИКУМЫ, ТРЕНИНГИ
БОЛЬШЕ ДОНОСИТЬ ДО ГРАЖДАН ПО ТВ, ИНТЕРНЕТУ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ, САЙТ В ИНТЕРНЕТЕ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ, В СМИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ КУРСЫ НА ОРГАНИЗАЦИЯХ И ПРЕДПРИЯТИЯХ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ
БОЛЬШЕ ПРАВДЫ ОБ ЭТОМ
БОЛЬШЕ СПЕЦ. ПЕРЕДАЧ ПО ТВ
БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, КУРСЫ, ЛЕКЦИИ
БОРОТЬСЯ С КОРРУПЦИЕЙ - СРАЗУ ДЕНЬГИ И ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ НАЙДЕТСЯ
В СТАРШИХ КЛАССАХ ВВЕСТИ УРОКИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ
ВВЕСТИ ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИКИ В ШКОЛЕ
ВОВРЕМЯ ЗАГЛАТЫ ВЫПЛАЧИВАТЬ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ ОЧЕНЬ МНОГО ГДЕ УЗНАТЬ, ГЛАВНОЕ ЭТО ЖЕЛАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ, БУДУТ ДЕНЬГИ-БУДУТ ЗНАНИЯ
ВОЗРАДИТЬ ХОТЬ КАКОЕ-НИБУДЬ ПРОИЗВОДСТВО, НЕ БУМАЖНО, А НА ДЕЛЕ
ГОСУДАРСТВУ ВЕСТИ ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННУЮ ПОЛИТИКУ, А В РЕГИОНАХ ТОЛЬКО БУДУТ ИСПОЛНЯТЬЯТЬ
ДАВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ПОНЯТНЫМ ЯЗЫКОМ
ДАВАТЬ ЛЮДЯМ ВОЗМОЖНОСТЬ ЗНАТЬ, УЧИТЬСЯ ГРАМОТНОСТИ В ФОРМЕ ИГР, СЕМИНАРОВ, ОБЩЕНИЯ С ФИНАНСИСТАМИ
ДОВОДИТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДО ПРОСТЫХ ГРАЖДАН
ДОНЕСТИ ДО НАСЕЛЕНИЯ, КУДА И ПО КАКОЙ ПРОБЛЕМЕ ОБРАЩАТЬСЯ.
ДОПОБРАЗОВАНИЕ - СЕМИНАРЫ, ТРЕНИНГИ БЕСПЛАТНО
ДОСТУПНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ДОСТУПНЫЙ ИНТЕРНЕТ-САЙТ, ДОСТУПНЫМ ЯЗЫКОМ, ТВ ПЕРЕДАЧИ НА МЕСТНЫХ КАНАЛАХ, ЛИСТОВКИ С ВОПРОСАМИ И ИНФОРМАЦИЕЙ, ГДЕ НАЙТИ НЕОБХОДИМОЕ, ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ
ЕСЛИ НАСЕЛЕНИЕ НЕ ХОЧЕТ ЭТОГО ДЕЛАТЬ, НАДО ДВИГАТЬ ДВИЖЕНИЕ
ЖЕЛАНИЕ САМОГО ЧЕЛОВЕКА
И ТАК МНОГО ДЕЛАЮТ





ИДЕШЬ В НАРОД И РАСКАЗЫВАЕШЬ - ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ И ЧТЕНИЕ

ИЗЛОГАТЬ БОЛЕЕ ДОСТУПНЫМ ЯЗЫКОМ

ИЗМЕНИТЬ ПОЛИТИКУ

ИНФОРМИРОВАТЬ ЧЕРЕЗ СМИ, СЕМИНАРЫ БЕСПЛАТНЫЕ ДЛЯ ЖЕЛАЮЩИХ, БРОШЮРЫ  
БАНКОВ

ИСПОЛЬЗОВАТЬ СМИ

КОНТРОЛИРОВАТЬ РАБОТУ БАНКОВ, МНОГО ТАМ ВРАНЬЯ

ЛЮДИ САМИ ДОЛЖНЫ ЗАНИМАТЬСЯ САМООБРАЗОВАНИЕМ

НАДО ВМЕСТО РЕКЛАМЫ РАЗНОЙ, ДАВАТЬ РЕКЛАМУ О ПРОСВЕЩЕНИИ НАСЕЛЕНИЯ ПО  
ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

НАДО НАЧИНАТЬ СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЫ

НАЧИНАТЬ ПРОПАГАНДУ СО ШКОЛЫ

НАЧИНАТЬ СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЫ - ПРОСВЕЩАТЬ КАК ОБРАЩАТЬСЯ С ДЕНЬГАМИ

НЕ МОГУ НИЧЕГО ПОСОВЕТОВАТЬ

НЕ ПИСАТЬ МЕЛКИМИ БУКВАМИ В ДОГОВОРАХ, А ОФИЦИАЛЬНО ПРЕДУПРЕЖДАТЬ О  
ВОЗМОЖНОЙ ПРОБЛЕМЕ

НИКОГДА НЕ ДУМАЛИ НАД ЭТИМ

НИЧЕГО

НУЖНА ФИНАНСОВАЯ СТАБИЛЬНОСТЬ

ОБРАЗОВАНИЕ ЧЕРЕЗ СМИ

ОБРАЗОВАНИЕ, БЕСПЛАТНЫЕ СЕМИНАРЫ, ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ,  
ОТКРЫТЫЕ ВСТРЕЧИ

ОБУЧАТЬ С ДЕТСКОГО ВОЗРАСТА В ШКОЛАХ

ОБУЧАЮЩИЕ СЕМИНАРЫ, ИНТЕРНЕТ

ОБУЧЕНИЕ СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЫ, ВВЕСТИ ПРЕДМЕТ, БОЛЕЕ ОТКРЫТУЮ ПОЛИТИКУ В  
ПЛАНЕ ФИНАНСОВ

ОТКРЫТЬ СЕМЕЙНЫЕ ШКОЛЫ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫМ И ЮРИДИЧЕСКИМ ВОПРОСАМ  
БЕСПЛАТНО, СОТРУДНИЧЕСТВО С ФИНАНСОВЫМИ И КРЕДИТНЫМИ КОМПАНИЯМИ ГОРОДА С  
ЦЕЛЬЮ ОБМЕНА ОПЫТОМ

ПЕРДАЧИ ПО ТВ - ОПРОСЫ-ОТВЕТЫ, ЧЕМ РАНЬШЕ, ТЕМ ЛУЧШЕ ПУГАТЬ ПЛОХИМИ  
ПРИМЕРАМИ МОЛОДЕЖЬ

ПОВЫСИТЬ ЗП, УРОВЕНЬ ЖИЗНИ

ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИИ

ПОВЫШАТЬ КАЧЕСТВО И УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИИ

ПОВЫШАТЬ СТАБИЛЬНОСТЬ

ПОДКЛЮЧИТЬ СМИ

ПОМЕНИТЬ ВНУТРЕННЮЮ ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВА



Понижение цен, увеличение зарплаты, снижение налогов. Продлить закон об особой экономической зоне
Почаще проводить разъяснительную работу
Преподавать в школе и вузах основы экономики
Преподавать со школьной скамьи, рассказывать детям как заработать деньги
Проводить бесплатные курсы и семинары
Проводить семинары
Проводить семинары, лекции
Пропаганда и передачи по ТВ
Развивать интернет-сайты
Разработать сайт на эту тему
Рассказывать в передачах, СМИ, опшив людей разбирать, чтобы на них учиться и их не делать
Сделать доступной информацию
Сделать информацию на доступном всем языке
Семинары для развития, открытие институтов
Семинары, ТВ передачи - дебаты специалистов, интернет сайт с доступной информацией
Сменить власть
Сменить правительство
Сначала поднять доверие жителей к финансовым услугам
Снижать налоги для малого бизнеса, делать бонусные программы. А население разберется само
Создать информационные центры бесплатные
Создать специальный сайт в интернете
ТВ специальные программы, разбудить интерес с телевизора
Улучшить систему налогообложения, уменьшить ставки на региональном уровне
Устраивать лекции в интернете, справочники доступные для пожилых людей выпускать, информационные буклеты
Это государству не выгодно
Total



**ПРИЛОЖЕНИЕ 4****НАСЕЛЕНИЕ С НИЗКИМ И СРЕДНИМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ**

А КОМУ ЭТО ИНТЕРЕСНО? ГОСУДАРСТВО НЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНО В НАШЕЙ ГРАМОТНОСТИ
БЕСЕДЫ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ
БЕСЕДЫ И СЕМИНАРЫ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ
БЕСЕДЫ С НАСЕЛЕНИЕМ ДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ БОЛЕЕ ПОНЯТНОЙ
БЕСПЛАТНАЯ ПОМОЩЬ У СПЕЦИАЛИСТОВ
БЕСПЛАТНАЯ УЧЕБА И КОНСУЛЬТАЦИИ
БЕСПЛАТНОЕ ОБУЧЕНИЕ
БЕСПЛАТНОЕ ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ ВСЕХ ЖЕЛАЮЩИХ
БЕСПЛАТНУЮ ИНТЕРНЕТ-СТОЙКУ С НУЖНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ В СУПЕРМАРКЕТАХ, МАГАЗИНАХ
БЕСПЛАТНЫЕ БРОШЮРЫ, ПЕРЕДАЧИ ТИПА КАК НА РБК, ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛЫ МЕСТНЫЕ
БЕСПЛАТНЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ КУРСЫ
БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ, БРОШЮРЫ-НАПИСАННЫЕ ПОНЯТНЫМ ЯЗЫКОМ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ-РАССКАЗАТЬ ВСЕ ПЛЮСЫ И МИНУСЫ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ И ОБУЧЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ИНТЕРНЕТОМ И КОМПЬЮТЕРОМ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ И ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ
БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ, РЕКЛАМА ПО ТВ ОБ ЭТИХ КУРСАХ
БЕСПЛАТНЫЕ СЕМИНАРЫ, КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ
БЕСПЛАТНЫЕ ТРЕНИНГИ, ПРОВОДИМЫЕ СПЕЦИАЛИСТАМИ
БЕСПЛАТНЫЕ ЮРИДИЧЕСКИЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
БОЛЕЕ ДОСТУПНУЮ ИНФОРМАЦИЮ
БОЛЕЕ ПОНЯТНЫМ ЯЗЫКОМ ОБЪЯСНЯТЬ
БОЛЬШЕ ЮРИДИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ, БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ
БОЛЬШЕ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ ДЕЛАТЬ
БОЛЬШЕ БЕСПЛАТНЫХ ГАЗЕТ С ЭТОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ
БОЛЬШЕ БЕСПЛАТНЫХ КОНСУЛЬТАЦИЙ, БУКЛЕТЫ
БОЛЬШЕ БЕСПЛАТНЫХ ЛЕКЦИЙ
БОЛЬШЕ БРОШЮР И СНИЗИТЬ ТАРИФЫ В ИНТЕРЕНЕТЕ НА СКАЧИВАЕМУЮ ИНФОРМАЦИЮ
БОЛЬШЕ ВЫКЛАДЫВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ НА ИНТЕРНЕТ САЙТАХ
БОЛЬШЕ ГОВОРИТЬ ОБ ЭТОМ
БОЛЬШЕ ДАВАТЬ ИНФОРМАЦИИ В РЕКЛАМНЫХ РОЛИКАХ
БОЛЬШЕ ДОСТУПНОЙ ИНФОРМАЦИИ
БОЛЬШЕ ДОСТУПНОЙ ИНФОРМАЦИИ С МИ ТВ КОМПЬЮТЕР, БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
БОЛЬШЕ И ЧАЩЕ ИНФОРМИРОВАТЬ В СМИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАРОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ



БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЯХ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В СМИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В СМИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ВЕЗДЕ ДАВАТЬ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДАВАТЬ В СМИ И РЕКЛАМАХ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДАВАТЬ ПО ТВ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ ПО ТВ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ДОСТУПНОЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ НУЖНО НАСЕЛЕНИЮ, УЗНАВАТЬ НЕ ДРУГ ОТ ДРУГА, А ПО ТВ, СМИ - ВСЕМИ СПОСОБАМИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ОТ ГОСУДАРСТВА ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ВСЕМ СРЕДСТВАМ СВЯЗИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ, В СМИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ. В СМИ. В КОЛЛЕКТИВАХ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ СДЕЛАТЬ ДОСТУПНОЙ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ СМИ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ СМИ, ТВ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ ТЕЛЕВИДЕНИЕ
БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ, ПОСТОЯННО ЕЕ ДАВАТЬ ЛЮДЯМ И СО ВРЕМЕНЕМ ВСЕ СТАБИЛИЗИРУЕТСЯ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ ГРАЖДАН
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ НАРОД
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ ДОСТУПНЫМ ОБРАЗОМ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ. ПРИНЯТЬ ЗАКОНЫ
БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ
БОЛЬШЕ КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТВ
БОЛЬШЕ КУРСОВ, ЛЕКЦИЙ
БОЛЬШЕ НА МЕСТНОМ ТВ О ФИНАНСОВЫХ ДЕЛАХ
БОЛЬШЕ ОБ ЭТОМ ГОВОРИТЬ
БОЛЬШЕ ОБЩЕДОСТУПНЫХ МЕСТ С ИНФОРМАЦИЕЙ
БОЛЬШЕ ОБЩЕДОСТУПНЫХ МЕСТ С ИНФОРМАЦИЕЙ
БОЛЬШЕ ОТКРЫТЬ СПЕЦЦЕНТРОВ
БОЛЬШЕ ПЕРЕДАЧ ПО ТВ И СМИ-И ЧТОБЫ ПОЛЬЗА БЫЛА
БОЛЬШЕ ПЕРЕДАЧ ТВ И В ГАЗЕТАХ
БОЛЬШЕ ПО ТВ И СМИ
БОЛЬШЕ ПРАВДЫ ОБ ЭТОМ
БОЛЬШЕ ПРОВОДИТЬ ВОСПИТАТЕЛЬНУЮ И РАЗЪЯСНИТЕЛЬНУЮ РАБОТУ



БОЛЬШЕ ПРОГРАММ ПО ТВ
БОЛЬШЕ ПРОГРАММ ПО ТВ
БОЛЬШЕ ПРОСВЕЩАТЬ
БОЛЬШЕ РЕКЛАМНЫХ ЦИТОВ
БОЛЬШЕ СООБЩЕНИЙ ПО СМИ
БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ В СМИ
БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ В СМИ, ВСТРЕЧИ В КОЛЛЕКТИВАХ
БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПЕРЕДАЧ ПО ТВ
БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ
БОЛЬШЕ СТАТЕЙ В ГАЗЕТАХ, ПО ТВ КУРСЫ, ЛЕКЦИИ
БОЛЬШЕ СТАТЕЙ В СМИ. ПО ТВ. ЛЕКЦИИ В КОЛЛЕКТИВАХ
БОЛЬШЕ СТАТЕЙ ПО ТВ
БОЛЬШЕ ЧЕРЕЗ СМИ РАЗЪЯСНЯТЬ, ОБУЧАТЬ
БОЛЬШЕ ЧЕСТНЫХ ЧИНОВНИКОВ, СПРАВЕДЛИВЫХ
БОРоться с коррупцией и повысить пенсии, чтобы было что копить!
БУКЛЕТЫ В УЧРЕЖДЕНИЯХ
БУКЛЕТЫ. ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
БУКЛЕТЫ. ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
В КОЛЛЕКТИВАХ НА РАБОТЕ РАССКАЗЫВАТЬ
В МАГАЗИНАХ ПЛОКАТЫ И БРОШЮРЫ
В МОЕМ ВОЗРАСТЕ УЖЕ НИЧЕГО НЕ НАДО, ДЛЯ ПЕНСИОНЕРОВ БОЛЬШИНСТВО ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ НЕДОСТУПНО
В НЕОТОРЫХ СФЕРАХ ДЕЛАТЬ КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ ДНИ
В ПЕЧАТИ ИНФОРМАЦИЯ И ПО ТВ, В ШКОЛАХ, ВУЗАХ ПРОСВЕЩЕНИЕ
В СМИ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ УДЕЛЯТЬ ЭТИМ ВОПРОСАМ
В СМИ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ
В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ СЛУЖАЩИЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ БОЛЕЕ ВЕЖЛИВЫМИ, ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНЫМИ И ОТВЕТСТВЕННЫМИ
В ШКОЛАХ ВВЕСТИ УРОКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ
В ШКОЛЕ И УЧИЛИЩАХ ПРЕПОДАВАТЬ
В ШКОЛЕ ИЗУЧАТЬ ХОТЯБЫ ЭЛЕМЕНТАРНЫЕ ПОНЯТИЯ
ВВЕСТИ В ОБРАЗОВАТ.УЧЕРЕЖДЕНИЯХ ДИСЦИПЛИНУ ПО ФИН.ГРАМОТНОСТИ. РАСШИРИТЬ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ
ВВЕСТИ В ШКОЛЕ СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРЕДМЕТ ИЛИ ВЫДЕЛИТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЧАСЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ
ВВЕСТИ ИНТЕРНЕТ УСЛУГИ ПО ДАННОЙ ТЕМЕ
ВВЕСТИ КУРС ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ СО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА
ВВЕСТИ КУРСЫ
ВВЕСТИ ПРЕДМЕТ ЭКАНОМИКИ В ШКОЛЕ
ВЕЗДЕ БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ.СМИ
ВЛАСТЯМ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НА ПРОСТЫХ ЛЮДЕЙ
ВСЕ ЕСТЬ В ИНТЕРНЕТЕ. ЛЮБАЯ ИНФОРМАЦИЯ
ВСТРЕЧА СО СПЕЦИАЛИСТАМИ БАНКОВ НА РАБОТЕ. БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
ВУЗЫ ДАЮТ НЕДОСТАТОЧНО ИНФОРМАЦИИ МОЛОДЕЖИ - ИНФОРМИРОВАТЬ ИХ О НОВШЕСТВАХ В ЭКОНОМИКЕ



ВЫВСТУПЛЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВАХ
ВЫЗВАТЬ ИНТЕРЕС ЛЮДЕЙ ,ТЯГУ К ПОЛУЧЕНИЮ ИНФОРМАЦИИ
ВЫПУСК СПЕЦИАЛЬНЫХ БУКЛЕТОВ С ТЕЛЕФОНАМИ , АДРЕСАМИ, РЕКВИЗИТАМИ, ПЛЮС РАСПРОСТРАНЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ ЧЕРЕЗ ТЕЛЕФОН, ЧТОБЫ МЫ ИХ ЗНАЛИ
ВЫСТУПЛЕНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ
ВЫСТУПЛЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВАХ
ВЫСТУПЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ В КОЛЛЕКТИВАХ
ВЫСТУПЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ
ВЫЯВЛЯТЬ ПОТРЕБНОСТЬ НАСЕЛЕНИ.ПРИВЛЕКАТЬ РАБОТНИКОВ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ ДЛЯ РЕКЛАМЫ И ПРОСВЕЩЕНИЯ
ГАЗЕТЫ
ГРАМОТНО РАЗЪЯСНЯТЬ ВСЕ ПО ТВ, СМИ
ГРАМОТНОЕ ПОВЫШЕНИЕ ЦЕН, УВЕЛИЧЕНИЕ ЗАРПЛАТЫ
ДАВАЙТЕ ИНФОРМАЦИЮ И ПОСТЕПЕННО ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ ВЫИДЕТ НА НУЖНЫЙ УРОВЕНЬ
ДАВАТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ В ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕСТАХ
ДАВАТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ И КАЖДЫЙ САМ РЕШИТ, ЧТО ИМЕННО УМУ НУЖНО ВЗЯТЬ ИЗ НЕЕ КОГДА ЕСТЬ ВЫБОР - ЭТО ХОРОШО
ДАВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ПО ТВ.ГАЗЕТЫ.РАДИО
ДАВАТЬ ЛЮДЯМ ИНФОРМАЦИЮ
ДАТЬ ЛЮДЯМ РАБОТУ-ЧТОБЫ БЫЛ СТИМУЛ-БЫЛО ЧЕМ ГРАМОТНО РАСПОРЯЖАТЬСЯ
ДЕЛАТЬ БОЛЬШЕ ТВ ПЕРЕДАЧ О ФИНАНСАХ И ПОЧАЩЕ КРУТИТЬ ПО ТВ, СДЕЛАТЬ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ САЙТ С ИНФОРМАЦИЕЙ
ДЕЛАТЬ МЕНЬШЕ НАЛОГИ И ПРОЦЕНТ КРЕДИТА.РАССКАЗЫВАТЬ ПО ТВ В ПЕРЕДАЧАХ
ДЕЛАТЬ НАГЛЯДНЫЕ ПРИМЕРЫ
ДЕЛАТЬ ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ, В СМИ, РАСПРОСТРАНЯТЬ БУКЛЕТЫ В УЧРЕЖДЕНИЯХ
ДЕЛАТЬ ПОБОЛЬШЕ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ
ДЕПУТАТЫ РАБОТАЛИ НА БЛАГО ЛЮДЕЙ
ДЛЯ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ РАЗНЫЕ СПОСОБЫ
ДОВОДИТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДО ПРОСТЫХ ГРАЖДАН
ДОЛЖНО БЫТЬ ЖЕЛАНИЕ У КАЖДОГО ПОВЫШАТЬ СВОЮ ГРАМОТНОСТЬ
ДОЛЖНО БЫТЬ ЖЕЛАНИЕ У ЛЮДЕЙ УЗНАВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ, РАСПРОСТРАНЯТЬ ЧЕРЕЗ СМИ
ДОЛЖНЫ САМИ ЛЮДИ ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ.БЕЗ ЖЕЛАНИЯ-ВСЕ БЕСПОЛЕЗНО
ДОЛЖНЫ САМИ ПОВЫШАТЬ СВОЮ ГРАМОТНОСТЬ
ДОНЕСТИ ИНФОРМАЦИЮ О ТОМ, ГДЕ ВОБЩЕ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ, ЧТОБЫ ЛЮДИ ЭТО ЗНАЛИ
ДОНОСИТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДО ЛЮДЕЙ В СМИ, РАЗЛИЧНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ
ДОСТУПНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
ДОСТУПНО НАС ПРОСВЕЩАТЬ
ДОСТУПНО ОБЪЯСНЯТЬ НАСЕЛЕНИЮ И ОБУЧАТЬ ЕГО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ
ДОСТУПНО РАЗЪЯСНЯТЬ В СМИ
ДОСТУПНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ
ЕСЛИ КТОТО ЗАХОЧЕТ-ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ ЕСТЬ НА САЙТАХ
ЕСЛИ НЕ ХОТЯТ. А ВЕДЬ ВСЕ ДОСТУПНО



ЕСЛИ ЧТО-ТО ИНТЕРЕСУЕТ, УЗНАЮ САМА
ЕЩЕ В ШКОЛЕ ВВОДИТЬ ДИСЦИПЛИНУ
ЖЕЛАНИЕ ЛЮДЕЙ-КТО ХОЧЕТ ТОТ НАЙДЕТ СПОСОБ ОБУЧЕНИЯ
ЖЕЛАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ БЫТЬ ГРАМОТНЫМ
ЖЕЛАНИЕ НАСЕЛЕНИЯ ПРОСВЯЩАТЬСЯ
ЗАВИСИТ ОТ ГОСУДАРСТВА
ЗАВИСИТ ОТ ЖЕЛАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПОВЫСИТЬ СВОЮ ФИНАНСОВУЮ ГРАМОТНОСТЬ
ЗАВИСИТ ОТ КАЖДОГО В ЧАСТНОСТИ
ЗАВИСИТ ОТ ЧЕЛОВЕКА, ДОЛЖНО БЫТЬ САМООБРАЗОВАНИЕ
ЗАДЕЙСТВОВАТЬ ГОСУДАРСТВО. ЧТОБЫ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ БЫЛО ДОСТУПНОЙ ДЛЯ НАРОДА
ЗАДЕЙСТВОВАТЬ ИНТЕРНЕТ, ДОСТУПНЕЙ СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ В СМИ
ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ ГОСУДАРСТВА В ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ДОЛЖНА БЫТЬ, ДОНЕСТИ ДО НАСЕЛЕНИЯ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ПО ТВ, ЧЕРЕЗ СМИ
ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ ЛЮДЕЙ В ПОЛУЧЕНИИ ИНФОРМАЦИИ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ ВЫГОДНЫМИ ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ ЛЮДЕЙ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ МОЛОДЕЖЬ. РАЗДАВАТЬ БРОШЮРЫ И ГАЗЕТКИ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ В ГРАМОТНОСТИ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ В ЭТОМ
ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ. ЧТОБЫ САМИ БОЛЬШЕ ИНТЕРЕСОВАЛИСЬ ЭТИМ
ЗАПРЕТИТЬ АЛКОГОЛЬ. ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ ЛЮДЕЙ
ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ
ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ ЧТО БУДЕТ ЭФФЕКТИВНЕЕ
ИЗМЕНИТЬ ВСЮ СИСТЕМУ ОПОВЕЩЕНИЯ ЛЮДЕЙ ПО ТВ, РАДИО И Т.П., ГЛАВНОЕ - ЗАКОНЫ ИЗМЕНИТЬ, ЧТОБЫ ОНИ РАБОТАЛИ, НО ВЛАСТИ ЭТО НЕ ВЫГОДНО - ВСЕ ЛЮДИ БУДУТ ГРАМОТНЫЕ. В КОРНЕ МЕНЯТЬ ВСЕ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ИНСТИТУТЫ
ИЗМЕНИТЬ ПОЛИТИКУ В ГОСУДАРСТВЕ
ИЗМЕНИТЬ ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВА
ИЗМЕНИТЬ ПОЛИТИКУ ИНФОРМИРОВАНИЯ НА БОЛЕЕ НАПРАВЛЕННУЮ
ИМЕТЬ ГРАМОТНОГО ГУБЕРНАТОРА
ИМЕТЬ СТИМУЛ НАДО.А ТАК НЕТ СМЫСЛА
ИНТЕРНЕТ-САЙТ-КОНСУЛЬТАЦИИ
ИНТЕРНЕТ
ИНТЕРНЕТ РАЗВИВАТЬ
ИНТЕРНЕТ.
ИНТЕРНЕТ. БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ОФИЦИАЛЬНО ОТ ГОСУДАРСТВА НАСЕЛЕНИЮ
ИНТЕРНЕТ.БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ ОТ ГОСУДАРСТВА
ИНТЕРНЕТ.ИНФОРМАЦИЯ ПО ТВ. В СМИ. СПЕЦ.ВЫСТУПЛЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВАХ
ИНФОРМАЦИИ БОЛЬШЕ В ИНТЕРНЕТЕ
ИНФОРМАЦИОННАЯ БУДКА
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ СОЗДАТЬ ДОСТУПНЫЕ КАЖДОМУ ЧЕЛОВЕКУ
ИНФОРМАЦИЮ ПО ГРАМОТНОСТИ ПО РАДИО



ИНФОРМАЦИЯ В ГАЗЕТАХ, ТВ
ИНФОРМАЦИЯ В СМИ
ИНФОРМАЦИЯ НА РАБОТЕ
ИНФОРМАЦИЯ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ
ИНФОРМАЦИЯ ПО ТВ, ПЕРЕДАЧИ
ИНФОРМИРОВАТЬ В КОЛЛЕКТИВАХ
ИНФОРМИРОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ
ИНФОРМИРОВАТЬ ПО ТВ
ИНФОРМИРОВАТЬ ПО ТВ ,СМИ
ИНФОРМИРОВАТЬ ЧЕРЕЗ СМИ, ПУСТЬ КАЖДЫЙ САМ ВЫБИРАЕТ, ЧТО УДОБНЕЙ
ИНФОРМИРОВАТЬ ЧЕРЕЗ ТВ,СМИ,В КОЛЛЕКТИВАХ
ИНФОРМИРОВАТЬ, СПЕЦИАЛЬНУЮ ПЕРЕДАЧУ НА МЕСТНОМ ТВ СДЕЛАТЬ
ИСПОЛЬЗОВАТЬ МЕСТНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ И СМИ
КАЖДЫЙ ДОЛЖЕН СТРЕМИТЬСЯ САМ
КАЖДЫЙ САМ РЕШАЕТ КАК РАСПОРЯЖАТЬСЯ СВОИМИ ДЕНЬГАМИ
КОЛЛЕКТИВНЫЕ СОБРАНИЯ
КОЛЛЕКТИВНЫЕ СОБРАНИЯ
КОМУ НУЖНО ТОТ САМ УЗНАЕТ ВСЮ ИНФОРМАЦИЮ В БАНКЕ
КОМУ НУЖНО, ТОТ УЗНАЕТ В БАНКЕ ВСЮ ИНФОРМАЦИЮ
КОНСУЛЬТАЦИИ БЕСПЛАТНО ПРОВОДИТЬ
КОНСУЛЬТАЦИИ ДЛЯ ВСЕХ ЖИТЕЛЕЙ
КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ИНТЕРНЕТУ
КОНСУЛЬТАЦИИ ПО САЙТАМ И ФОРУМЫ
КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ
КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ
КТО ХОЧЕТ-ТОТ НАЙДЕТ ГДЕ ВЗЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ
КТО ХОЧЕТ ТОТ ЗНАЕТ
КТО ХОЧЕТ, ТОТ ЗНАЕТ
КУРСЫ БЕСПЛАТНЫЕ
ЛЕКЦИИ В КОЛЛЕКТИВАХ
ЛЕКЦИИ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ
ЛЕКЦИИ ВВЕСТИ БЕСПЛАТНЫЕ
ЛЕКЦИИ.ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ.СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ.ВЫСТУПЛЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ
ЛЕКЦИИ.СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ
ЛИКБЕЗ.БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
ЛИЧНОЕ РЕШЕНИЕ КАЖДОГО-КТО ЗАХОЧЕТ.ТОТ НАЙДЕТ ГДЕ ВЗЯТЬ
ЛУЧШЕ КОНСУЛЬТИРОВАТЬ
ЛЮДИ ЭНЕРТНЫ-ПОКА САМИ НЕ ЗАХОТЯТ ЧТОТО ДЕЛАТЬ
МЕНЯ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСУЕТ
МНЕ БЕЗРАЗЛИЧНО ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ
МНЕ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСНО





МОБИЛЬНО ВСЕ ИЗМЕНЕНИЯ ДОВОДИТЬ ВСЕМИ СРЕДСТВАМИ ДО НАСЕЛЕНИЯ
МОДЕРНИЗИРОВАТЬ СТАРОЕ ПОКОЛЕНИЕ, ДОВЕСТИ ДО ИХ СВЕДЕНИЯ И ОБЪЯСНИТЬ ЗАЧЕМ ИМ ЭТО НУЖНО
НА АВТОБУСНЫХ ОСТАНОВКАХ КЛЕИТЬ ИНФОРМАЦИЮ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ВЕСТИ ТИПА ЛЕКЦИЙ. МОГО ПУЧТОЙ РЕКОАМЫ НА ТВ-ЗАМЕНИТЬ ЕЁ НА СОЦИАЛЬНУЮ, О СТРАХОВОЙ И ПРАВОВОЙ ПОМОЩИ, ВСЕ ЛАКОНИЧНО И ДОСТУПНО. ИНФОРМАЦИЯ О БАНКАХ СЛОЖНА - НАДО УПРАСТИТЬ ДЛЯ ПОНИМАНИЯ
НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ ОБЪЯСНЯТЬ
НА РАБОЧИХ МЕСТАХ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ, ЖЕЛАНИЕ ОБУЧАТЬСЯ
НА РАБОЧИХ МЕСТАХ ОПОВЕЩАТЬ
НА РАБОЧИХ МЕСТАХ СПЕЦИАЛИСТЫ, КОНСУЛЬТАЦИИ
НАДО ВВОДИТЬ ПРЕДМЕТ С НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ, ОБРАЗОВЫВАТЬ МОЛОДЕЖЬ
НАДО НАЧИНАТЬ СО ШКОЛЫ
НАЛИЧИЕ ИНФОРМАЦИИ
НАРОД ДОЛЖЕН САМ ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ
НАСЕЛЕНИЕ ДОЛЖНО САМО ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ ФИНАНСАМИ
НАЧИНАТЬ ИНФОРМИРОВАТЬ СО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА
НАЧИНАТЬ ОБУЧАТЬ С 16ЛЕТ
НАЧИНАТЬ СО ШКОЛЫ
НЕ ВНИКАЛ В ЭТО, НЕ ЗНАЮ
НЕ ЗНАЮ
НЕ ИНТЕРЕСНО
НЕ ИНТЕРЕСУЮСЬ-ВОЗРАСТ УЖЕ НЕ ТОТ
НЕ МОГУ НИЧЕГО ПОСОВЕТОВАТЬ
НЕ МОГУ НИЧЕГО СКАЗАТЬ
НЕ НАДО УЧИТЬ ЖИТЬ-ПОМОГИТЕ МАТЕРИАЛЬНО. ВОЗДЕЙСТВОВАТЬ НА ЧАСТНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СЕКТОР-ОТРЕГУЛИРОВАТЬ УРОВЕНЬ З/П НАРОДА
НЕОБХОДИМО БОЛЬШЕ ДОСТУПНОЙ ИНФОРМАЦИИ
НЕОБХОДИМО БОЛЬШЕ ИНФОРМИРОВАТЬ
НЕОБХОДИМО ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ
НЕОБХОДИМО ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАСЕЛЕНИЕ В ЭТОМ
НЕОБХОДИМО УВЕЛИЧИТЬ ИНФОРМАЦИЮ И ДОСТУПНО ЕЕ ДОНОСИТЬ ДО ЛЮДЕЙ
НИЧЕГО УЖЕ НЕ ПОМОЖЕТ И НИКТО НИЧЕГО НЕ ДЕЛАЕТ ДЛЯ ЭТОГО
НУЖНО ЗАИНТЕРЕСОВЫВАТЬ В ЭТОМ НАСЕЛЕНИЕ
НУЖНО ИЗМЕНИТЬ СИСТЕМУ ГОСУДАРСТВА
НУЖНО ИЗМЕНИТЬ СИСТЕМУ НАЧИНАЯ С ГОСУДАРСТВА И ЗАКАНЧИВАЯ РЕГИОНАМИ
НУЖНО КАК МОЖНО БОЛЬШЕ ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ НАРОД В ЭТОМ
НУЖНО ПЕЧАТАТЬ СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ
НУЖНО ЧТОБЫ ЛЮДИ ЗАХОТЕЛИ БЫТЬ ИНФОРМИРОВАННЫМИ
ОБЕСПЕЧИВАТЬ ИНФОРМАЦИЕЙ
ОБЕСПЕЧИТЬ ИНФОРМАЦИЕЙ
ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ С ДРУГИМИ СТРАНАМИ БЕСПЛАТНО
ОБРАЗОВАННОСТЬ ПОВЫШАЕТСЯ, КОГДА РАСТЕТ УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА, В СВОЮ ОЧЕРЕДЬ СОЦ СТАТУС В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ЗАВИСИТ ОТ МАТЕРИАЛЬНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ. НЕОБХОДИМО ПОВЫШАТЬ ЗАРПЛАТЫ, ЧТОБЫ БЫЛО ЧЕМ УПРАВЛЯТЬ И ЧТО ИЗУЧАТЬ



ОБУЧАТЬ ДЕТЕЙ СО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА
ОБУЧАТЬ И КОНСУЛЬТИРОВАТЬ
ОБУЧАТЬ ЛЮДЕЙ, ПРЕДВАРИТЕЛЬНО ПОВЫСИВ ЗАРПЛАТЫ, ПЕНСИИ И ПОСОБИЯ. ДЕТИ ПОСЛЕ 15 ЛЕТ ЕСТЬ НЕ ХОТЯТ?
ОБУЧАТЬ НА КУРСАХ И ЛЕКЦИИ
ОБУЧАТЬ НАРОД БЕСПЛАТНО
ОБУЧАТЬ НАРОД ГРАМОТНОСТИ ,БЕСПЛАТНО.
ОБУЧАТЬ НАРОД ЧЕРЕЗ ТВ
ОБУЧАТЬ НАСЕЛЕНИЕ И ЧТОБЫ ЗНАТЬ КУДА ИДТИ ЗА ЗНАНИЯМИ
ОБУЧАТЬ НАСЕЛЕНИЕ, ПРОЗРАЧНОСТЬ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРАВИТЕЛЬСТВА РЕГИОНА ДЛЯ ВСЕХ СЛОЕВ НАСЕЛЕНИЯ
ОБУЧАТЬ С ДЕТСКОГО ВОЗРАСТА В ШКОЛАХ, СРЕДНИХ И ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ. А ДЛЯ БОЛЕЕ СТАРШИХ - НА КУРСАХ
ОБУЧАТЬ СО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА. ПЕРЕДАЧИ ПО РАДИО
ОБУЧЕНИЕ В ШКОЛЕ И НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
ОБУЧЕНИЕ ДОСТУПНЫМ СДЕЛАТЬ И ДЕШЕВЛЕ
ОБУЧЕНИЕ НАЧИНАТЬ СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЬИ
ОБУЧЕНИЕ, ДОСТУПНОЕ ЛЮБЫМ СЛОЯМ НАСЕЛЕНИЯ
ОБЩАТЬСЯ С ЛЮДЬМИ ,КОНСУЛЬТИРОВАТЬ ИХ
ОБЩАТЬСЯ С НАРОДОМ
ОБЩЕНИЕ С КОЛЛЕГАМИ И ДРУЗЬЯМИ
ОБЩИЙ СПЕЦСАЙТ В ИНТЕРНЕТЕ
ОБЪЯВЛЕНИЯ НА ПОДЪЕЗДАХ
ОБЪЯСНЯТЬ В КОЛЛЕКТИВАХ
ОБЪЯСНЯТЬ ПО ТВ
ОБЯЗАТЬ БАНКИ ИНФОРМИРОВАТЬ КЛИЕНТОВ
ОСВЕДОМЛЯТЬ НАСЕЛЕНИЕ. ТЕМ, КТО ЗАНИМАЕТСЯ ВОПРОСОМ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ - АКТИВНЕЕ РАБОТАТЬ
ОСВЕЩАТ Б ТАКИЕ ВОПРОСЫ КАК МОЖНО ЧАЩЕ
ОСВЕЩАТЬ ЭТОТ ВОПРОС ПО ТВ И СМИ
ОСТАВИТЬ ВСЕ КАК ЕСТЬ
ОТКРЫТОСТЬ ФИНАНСОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ, БУКЛЕТЫ, ТВ, СМИ
ОТКРЫТЬ КЛУБЫ С БЕСПЛАТНЫМИ ЗАНЯТИЯМИ
ОТКРЫТЬ СПЕЦ. УЧРЕЖДЕНИЯ С ДОСТУПОМ К ИНТЕРНЕТУ; ЯРКОЕ, НЕ ПОДВАЛЬНОЕ ПОМЕЩЕНИЕ
ОТКРЫТЬ СПЕЦИАЛЬНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ В КОТОРЫХ БУДЕТ БЕСПЛАТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
ОТКРЫТЬ ЦЕНТРЫ ИЛИ ЧТОБЫ ВЫЕЗЖАЛ СПЕЦИАЛИСТ
ПЕРЕДАЧИ В "БАЛТИЙСКОМ ТВ КЛУБЕ"
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ И ГАЗЕТЫ-РАЗЪЯСНЯТЬ ЛЮДЯМ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ И СМИ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ. БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ. ОРГАНИЗОВАТЬ ДИСКУССИИ. ГОРЯЧИЕ ЛИНИИ БЕСПЛАТНЫЕ.КОНСУЛЬТАЦИИ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ. СЕМИНАРЫ НА РАБОТЕ
ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ.ГАЗЕТЫ.БУКЛЕТЫ



ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ.СЕМИНАРЫ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
ПЕЧАТАТЬ СТАТЬИ В СМИ
ПЛАКАТЫ И ФЛАЕРЫ. РЕКЛАМА В ТРАНСПОРТЕ
ПЛАТИТЬ ДОСТОЙНУЮ ПЕНСИЮ
ПО ТВ ПЕРЕДАЧИ НА ЭТУ ТЕМАТИКУ ,ВЕЧЕРОМ
ПО ТВ РАЗЛИЧНЫЕ ПЕРЕДАЧИ, СВЯЗАННЫЕ С ЭТИМ, ПРИМЕРНО С 17 ДО20 ЧАСОВ
ПОБОЛЬШЕ ПРОГРАММ НА ТВ
ПОБОЛЬШЕ РАЗЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ-ЧТОБЫ ЛЮДИ ЗНАЛИ ГДЕ ОБУЧАТЬСЯ
ПОВЕСИТЬ ПЛАКАТЫ В ЭЛЕКТРИЧКАХ И ОБЩЕСТВЕННОМ ТРАНСПОРТЕ
ПОВЫСИТЬ БЛАГОУСТРОЙСТВО
ПОВЫСИТЬ ВСЕМ ПОСОБИЯ И ЗАРПЛАТЫ, ТОШДА ПОЯВИТСЯ ГРАМОТНОСТЬ
ПОВЫСИТЬ ДОХОД
ПОВЫСИТЬ ЗАРАБОТКИ И ОБЕСПЕЧИТЬ ЛЮДЕЙ ФИНАНСАМИ
ПОВЫСИТЬ ИНТЕРЕС У ГРАЖДАН
ПОВЫСИТЬ МАТЕРИАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ
ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИИ-ЧТОБЫ ОНА СТАЛА ВСЕМ ПОНЯТНОЙ
ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИИ
ПОВЫШАТЬ ИНТЕРЕС К ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ
ПОВЫШАТЬ ИНФОРМИРОВАННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ
ПОВЫШАТЬ УРОВЕНЬ ИНФОРМАЦИИ
ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ
ПОДКЛЮЧИТЬ ТВ И РАДИО.БРОШОРЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ РАСПРОСТРАНЯТЬ
ПОДНЯТЬ ПЕНСИИ
ПОДНЯТЬ С\Х ПОВЫСИТЬ ГРАМОТНОСТЬ
ПОДНЯТЬ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ
ПОДРОБНО ОПИСЫВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ
ПОЗВОЛИТЬ ЛЮДЯМ ЗАРАБАТЫВАТЬ ДЕНЬГИ
ПОМЕНЯТЬ ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВА.ПРОСВЯЩАТЬ НАРОД
ПОМЕНЯТЬ ПОЛИТИКУ ПАРТИИ, КОНТРОЛЬ ГОСУДАРСТВА
ПОМЕНЯТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВО
ПОМЕНЯТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВО КАРДИНАЛЬНО
ПОМЕНЯТЬ СИСТЕМУ, МЕНЯТЬ ВСЕ, ГРАМОТНЫХ ХОЗЯЙСТВЕННИКОВ, ПОТЕНЦИАЛ В ОБЛАСТИ РАЗВИВАТЬ, ДОГОВОРИТЬСЯ С ПРАВИТЕЛЬСТВОМ РФ
ПОМОГАТЬ ДРУГ ДРУГУ В УСВОЕНИИ ИНФОРМАЦИИ
ПРАКТИКОВАТЬ КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ
ПРЕДОСТАВЛЯТЬ БОЛЬШЕ ИНФОРМАЦИИ
ПРЕДСТАВИТЕЛИ БАНКА В КОЛЛЕКТИВЕ ДОЛЖНЫ ПРОВОДИТЬ БЕСЕДЫ
ПРЕДСТАВЛЯТЬ ЛЮДЯМ ИНФОРМАЦИЮ,ОБУЧАТЬ СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЬИ
ПРЕЖДЕ ВСЕГО ЖЕЛАНИЕ НАРОДА
ПРЕПОДАВАТЬ АЗЫ В ШКОЛАХ
ПРЕПОДАВАТЬ В ВУЗАХ И Т.П. ПО СПЕЦ.ПРОГРАММЕ
ПРИВИВАТЬ БОЛЕЕ СТАРШЕМУ ПОКОЛЕНИЮ НЕОБХОДИМОСТЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ, ПРОВОДИТЬ ВСЕВОЗМОЖНЫЕ СЕМИНАРЫ, ТРЕНИНГИ



ПРОБУДИТЬ ЖЕЛАНИЕ САМИХ ЛЮДЕЙ
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ СЕМИНАРЫ И ТАК СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ЛЮДИ САМИ ПОНЯЛИ, ЧТО ИМ ЭТО НУЖНО
ПРОВОДИТЬ БЕСЕДЫ В КОЛЛЕКТИВЕ
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ, ОБЪЯСНЯТЬ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ ЛЕКЦИИ В БЕСПЛАТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ ЛЕКЦИИ В УЧРЕЖДЕНИЯХ
ПРОВОДИТЬ БЕСПЛАТНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО ОБУЧЕНИЮ НАСЕЛЕНИЯ
ПРОВОДИТЬ БИЗНЕССЕМИНАРЫ С БЕСПЛАТНЫМ ВХОДОМ
ПРОВОДИТЬ БОЛЬШЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ
ПРОВОДИТЬ В РАБОЧИХ КОЛЛЕКТИВА ЛИКБЕЗЫ.
ПРОВОДИТЬ КОНСУЛЬТАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ, РАСПРОСТРАНЯТЬ БУКЛЕТЫ И ИНФОРМАЦИЕЙ
ПРОВОДИТЬ ЛЕКЦИИ В УНИВЕРСИТЕТАХ, УСТРАИВАТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
ПРОВОДИТЬ ЛЕКЦИИ НА РАБОТЕ
ПРОВОДИТЬ ЛИКВИДАЦИЮ ДЕЗЫ
ПРОВОДИТЬ ОБУЧАЮЩИЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ГАЗЕТАХ ,ТВ
ПРОВОДИТЬ ОБЩЕНАРОДНЫЕ СОБРАНИЯ
ПРОВОДИТЬ ПОДОБНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ УЖЕ СО ШКОЛЫ <sup>99</sup>
ПРОВОДИТЬ ПРИНУДИТЕЛЬНО В ТЕХ МЕСТАХ ,ГДЕ ЛЮДИ НАХОДЯТСЯ(РАБОТА.УЧЕБА).ДАВАТЬ ЗНАНИЯ С ДЕТСТВА
ПРОВОДИТЬ СЕМИНАРЫ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ,БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ
ПРОВОДИТЬ СОБРАНИЯ НА РАБОТЕ
ПРОВОДИТЬ СПЕЦ.БЕСЕДЫ ПО ТВ,РЕКЛАМЕ-ДОЛЖНО БЫТЬ ПОНЯТНО
ПРОВОДИТЬ СПЕЦКУРСЫ
ПРОВОДИТЬ ТАКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ НА БАЗЕ БИРЖИ ТРУДА
ПРОВОДИТЬ ТРЕНИНГИ НА РАБОЧИХ МЕСТАХ
ПРОГРАММА ПО ТВ
ПРОГРАММЫ ПО ТВ
ПРОПАГАНДЫ И ИНФОРМАЦИИ БОЛЬШЕ ПО СМИ И ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ
ПРОСВЕЩАТЬ В СМИ
ПРОСВЕЩАТЬ НАРОД
ПРОСВЕЩАТЬ ОСОБЕННО МОЛОДЕЖЬ ЧЕРЕЗ САЙТЫ И СМИ
ПРОСВЕЩЕНИЕ ПО ТВ И СМИ
ПРОСВЯЩАТЬ В ДОСТУПНЫХ МЕСТАХ ДОСТУПНЫМИ СРЕДСТВАМИ
ПРОСВЯЩАТЬ ПО ТВ И СМИ
ПУБЛИКАЦИИ В ГАЗЕТАХ.ПРОСВЕЩАТЬ ПО ТВ
ПУБЛИКАЦИИ В СМИ. ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
ПУСТЬ ОБ ЭТОМ ДУМАЕТ ПРАВИТЕЛЬСТВО
РАБОТА СО СМИ
РАБОТАТЬ НАД СОБОЙ ЛЮДЯМ - КОМУ НУЖНО, САМ ВЫБЕРЕТ, ЧТО ЕМУ НЕОБХОДИМО
РАБОТАТЬ С НАСЕЛЕНИЕМ В ЭТОЙ ЧАСТИ БОЛЬШЕ
РАБОТАТЬ СО СМИ, ТВ
РАДИО



РАДИО И ПЛАКАТЫ В ЭЛЕКТРИЧКАХ И АВТОБУСАХ
РАДИО ПЕРЕДАЧИ
РАДИО.
РАДИО. В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ ПРОВОДИТЬ ЛЕКЦИИ
РАДИО. КОМУ НУЖНО ТОТ НАЙДЕТ САМ ИНФОРМАЦИЮ
РАДИО. ПОДРОБНЕЕ ОБЪЯСНЯТЬ
РАДИО. ЧАЩЕ РАЗГОВАРИВАТЬ С ЛЮДЬМИ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ-ОБЪЯСНЯТЬ ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ И КУДА ОБРАЩАТЬСЯ
РАДИО.БЕСПЛАТНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ С ФИНАНСОВО ГРАМОТНЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ
РАДИО.СЛУЖБЫ С БЕСПЛАТНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ
РАДИОПЕРЕДАЧИ
РАДИОПЕРЕДАЧИ.
РАЗВИВАТЬ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО, ДАВАТЬ РАБОТУ ЛЮДЯМ - А ОНИ САМИ РАЗБЕРУТСЯ - СЕЙЧАС ИНФОРМАЦИИ МНОГО
РАЗВИТЬ БОЛЬШЕ С\Х
РАЗМЕЩАТЬ ИНФОРМАЦИЮ НА ИНТЕРНЕТ САЙТАХ
РАЗЪЯСНЕНИЯ ПО ТВ И СМИ
РАИОПЕРЕДАЧИ ЧАЩЕ В ЭФИР ПУСКАТЬ НА ПОДОБНУЮ ТЕМУ
РАСКЛЕИВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ НА АВТОБУСНЫХ ОСТАНОВКАХ
РАСКЛЕЙКА ОБЪЯВЛЕНИЙ НА ПОДЪЕЗДЫ
РАСПРОСТРАНЕНИЕ БЕСПЛАТНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ. КУРСЫ
РАСПРОСТРАНЕНИЕ ФЛАЕРОВ НА УЛИЦЕ
РАСПРОСТРАНЯТЬ БУКЛЕТЫ И БРОШЮРЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ, КАК ЭТО БЫЛО НА ВЫБОРАХ - КНИЖКИ ПРО ЖКХ ОТ ЕДИНОЙ РОССИИ
РАССЫЛАТЬ СООБЩЕНИЯ О ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ, ГОССЛУЖАЩИЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ БОЛЕЕ ТАКТИЧНЫМИ И ГРАМОТНЫМИ, ЧАЩЕ ПУБЛИКАЦИИ В СМИ НА ТЕМУ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ, НО НЕ КОММЕРЧЕСКИХ
РЕГУЛЯРНО ОСВЕЩАТЬ ЭТИ ВОПРОСЫ В ТВ ПЕРЕДАЧАХ И ГАЗЕТАХ
РЕКЛАМА, ПЕРЕДАЧИ
РЕКЛАМА, ПЛАКАТЫ НА УЛИЦЕ
РЕКЛАМА.ПЕРЕДАЧИ ПОТВ
РЕКЛАМА.ПЛАКАТЫ НА УЛИЦАХ
РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ ПО ТВ
РЕКЛАМЫ НА ТВ
САМИ ДОЛЖНЫ ДУМАТЬ ЛЮДИ
САМИМ ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ
САМИМ ПРОЯВЛЯТЬ ИНТЕРЕС
СДЕЛАТЬ БИНФОРМАЦИЮ БОЛЕЕ ДОСТУПНОЙ, ПОВЕСИТЬ НА ОСТАНОВКАХ ПЛАКАТЫ С НОМЕРАМИ ТЕЛЕФОНОВ И ИНФОРМАЦИЕЙ
СДЕЛАТЬ БЕСПЛАТНЫЕ КУРСЫ ДЛЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ
СДЕЛАТЬ БОЛЕЕ ПОНЯТНОЙ ИНФОРМАЦИЮ
СДЕЛАТЬ В ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ДНИ СПЕЦ.КОНСУЛЬТАЦИИ. РАЗДАВАТЬ БРОШЮРЫ ОКОЛО БАНКОВ
СДЕЛАТЬ В СТАРШИХ КЛАССАХ КУРСЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ФИНАНСАМ, ПЕРЕДАЧИ ОНЛАЙН ПО ИНТЕРНЕТУ НА ЭТУ ТЕМУ
СДЕЛАТЬ ДОСТУПНОЙ ИНФОРМАЦИЮ
СДЕЛАТЬ ДОСТУПНЫЕ РАЗНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ КРЕДИТЕ-ПРОЦЕНТ МИНИМАЛЬНЫЙ



СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ БОЛЕЕ ВОСПРИИМЧИВОЙ
СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ВСЕДОСТУПНОЙ
СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ВСЕМ ДОСТУПНОЙ
СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДОСТУПНОЙ
СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДОСТУПНОЙ И ПОНЯТНОЙ
СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ДОСТУПНЫМ ЯЗЫКОМ
СДЕЛАТЬ ИНФОРМАЦИЮ ПОНЯТНОЙ
СДЕЛАТЬ НУЖНУЮ ИНФОРМАЦИЮ БОЛЕЕ ПОНЯТНОЙ
СДЕЛАТЬ ПОДОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ ДОСТУПНОЙ
СДЕЛАТЬ РАДИО-ПЕРЕДАЧИ НА ЭТУ ТЕМУ, ИНФОРМАЦИЮ О ФИНАНСАХ - ДОСТУПНОЙ
СДЕЛАТЬ РЕГУЛЯРНЫМИ МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ - ВСТРЕЧИ, БЕСЕДЫ И Т.П.
СДЕЛАТЬ САЙТ "ФИНАНСЫ ДЛЯ ЧАЙНИКОВ - И ТАМ ОБО ВСЕМ
СДЕЛАТЬ СПЕЦИАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ОТДЕЛЫ КОТОРЫЕ БУДУТ ЗА ЭТО ОТВЕЧАТЬ
СДЕЛАТЬ СПЕЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛ И ПРЯМУЮ ЛИНИЮ ПО ТЕЛЕФОНУ, НО НЕ С БАНКОМ ИЛИ СТРАХОВОЙ КОМПАНИЕЙ, А С НЕЗАВИСИМЫМ ИСТОЧНИКОМ, КОТОРЫЙ МОЖЕТ ДАТЬ ЛЮБОЙ СОВЕТ ПО ФИНАНСАМ. ЛЮДИ БАНКАМ НЕ ОСОБО ВЕРЯТ
СДЕЛАТЬ СПРАВОЧНЫЙ ЦЕНТР.ЕДИНУЮ СПРАВОЧНУЮ ПО ТЕЛЕФОНУ.
СДЕЛАТЬ ЧАЩЕ СООБЩЕНИЕ В КОЛЛЕКТИВАХ. СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ ЧАЩЕ ПИСАТЬ
СМЕНИТЬ ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕЖИМ
СМИ
СМИ, ТВ
СМИ. ТВ
СНИЗИТЬ ТАРИФЫ В ИНТЕРНЕТЕ НА СКАЧИВАЕМУЮ ИНФОРМАЦИЮ, ПОБОЛЬШЕ РЕКЛАМНЫХ БРОШЮР
СОБРАНИЯ ПРОВОДИТЬ-СПЕЦИАЛЬНЫЕ БЕСЕДЫ
СОЗДАВАТЬ СПЕЦ.ЦЕНТРЫ
СОЗДАНИЕ ДОСТУПНОГО САЙТА С ПУБЛИКОВАНИЕМ ФИНАНСОВЫХ ДОКУМЕНТОВ, ПРОСВЕЩЕНИЕ ПО ТВ НА НАРОДНОМ КАНАЛЕ
СОЗДАТЬ СПЕЦИАЛЬНЫЕ ИНФОРМЦЕНТРЫ
СПЕЦ. ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
СПЕЦ.ВЫПУСКИ НА ТВ.СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ
СПЕЦ.КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ С БЕСПЛАТНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ
СПЕЦ.ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
СПЕЦ.ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ,КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ТЕЛЕФОНУ
СПЕЦ.ПРОГРАММЫ ПО ТВ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ, СТАТЬИ В СМИ
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ГАЗЕТЫ РАЗДАВАТЬ
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ГАЗЕТЫ РАССЫЛАТЬ
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕДАЧИ НА ТВ
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО ТВ
СПЕЦИАЛЬНЫЙ САЙТ В ИНТЕРНЕТЕ,ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
СПЕЦИАЛЬНЫЙ ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ
СПЕЦПЕРЕДАЧИ И БУКЛЕТЫ



СПЕЦПЕРЕДАЧИ ПО ТВ О ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ
СПЕЦПРОГРАММЫ ПО МЕСТНОМУ ТВ
СПЕЦРУБРИКУ НА ТВ
СТАРАЯ УЖЕ, НЕ ПОНИМАЮ
СТАТЬИ В ГАЗЕТАХ, ПЕРЕДАЧИ ПО ТВ
СТАТЬИ В СМИ
СТАТЬИ В СМИ. ИНТЕРНЕТ. ПО ТВ БОЛЬШЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПЕРЕДАЧ
СТОЙКУ В ПЕНСИОННОМ ФОНДЕ
ТВ-ТРАНСЛЯЦИИ, ПОМОЩЬ В ОРГАНИЗАЦИИ ПРАВОВОЙ ПОМОЩИ ДЛЯ ОБЫВАТЕЛЯ
ТВ
ТВ ПЕРЕДАЧИ
ТВ.СМИ.ИНТЕРНЕТ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ГАЗЕТЫ, САМИМ УЗНАВАТЬ ИНФОРМАЦИЮ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ИНТЕРНЕТ, ГАЗЕТЫ
ТОЛКУ НЕТ-ВСЕ РАВНО НАРОД НЕ СЛЫШАТ
УВЕЛИЧИТЬ ВРЕМЯ ПРИЕМА ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ
УВЕЛИЧИТЬ ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ
УВЕЛИЧИТЬ ИНФОРМАТИВНОСТЬ
УВЕЛИЧИТЬ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ
УВЕЛИЧИТЬ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ ОБ ЭТОМ И СДЕЛАТЬ ГОРЯЧИЕ КРУЛОСУТОЧНЫЕ ЛИНИИ
УВЕЛИЧИТЬ ИНФОРМАЦИЮ
УВЕЛИЧИТЬ КОЛИЧЕСТВО ИНФОРМАЦИИ
УВЕЛИЧИТЬ КОЛИЧЕСТВО ИНФОРМАЦИИ И СДЕЛАТЬ БЕЕ БОЛЕЕ ДОСТУПНОЙ
УВЕЛИЧИТЬ КОЛИЧЕСТВО ИНФОРМАЦИИ В ГАЗЕТАХ И НА ТЕЛЕВИДЕНИИ
УВЕЛИЧИТЬ ОБЪЕМЫ ИНФОРМАЦИИ
УДЕЛИТЬ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ ОСВЕДОМЛЕНИЮ ГРАЖДАН
УДЕЛЯТЬ БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ВОПРОСАМ
УЖЕ СТАРАЯ, НИЧЕГО НЕ НАДО, ПУСТЬ МОЛОДЕЖЬ ЭТИМ ЗАНИМАЕТСЯ
УЛУЧШИТЬ ОБРАЗОВАНИЕ
УЧЕБА ГРАМОТНОСТИ СО ШКОЛЫ, ИНФОРМАЦИЯ ПО ТВ, ЛЕКЦИИ
УЧЕБА НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ
УЧИТЬ БОЛЬШЕ И ПРОСВЕЩАТЬ
УЧИТЬ МОЛОДЕЖЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ
УЧИТЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В ВУЗАХ И КОЛЛЕДЖАХ
УЧИТЬ ЧЕРЕЗ СМИ
УЧИТЬСЯ В ШКОЛЕ ХОРОШО
ХОРОШИХ УПРАВИТЕЛЕЙ К ВЛАСТИ
ХОРОШО ПРЕПОДАВАТЬ ЭТОТ ПРЕДМЕТ В ШКОЛЕ
ЧАЩЕ ПРОСВЕЩАТЬ ПО ТВ
ЧЕЛОВЕКУ НЕ ИМЕЮЩЕМУ ДЕНЕГ ГРАМОТНОСТЬ НИКЧЕМУ



ЧЕРЕЗ СМИ РАЗЪЯСНИТЕЛЬНЫЕ БЕСЕДЫ
ЧИТАТЬ ЛЕКЦИИ НА РАБОТЕ И ДЛЯ ДЕТЕЙ В ШКОЛЕ
ЧТОБЫ БЫЛИ ЗАЩИЩЕНЫ ПЕНСИОНЕРЫ-А ЧИНОВНИКИ МЕНЬШЕ ВОРОВАЛИ
ЧТОБЫ ИНФОРМАЦИЯ БЫЛА ДОСТУПНЕЕ ДЛЯ НАРОДА
ЧТОБЫ МОЛОДЕЖЬ УЧИЛАСЬ И БЫЛА В ЭТОМ ЗАИНТЕРЕСОВАНА
ЧТОБЫ НАРОД ХОТЕЛ И СТРЕМИЛСЯ К ОБРАЗОВАНИЮ
ЧТОБЫ НАСЕЛЕНИЕ САМО ЗАХОТЕЛО
ЧТОБЫ ОБУЧАЛИ И ОБРАЩАЛИ ВНИМАНИЕ НА ПРОСТЫХ ГРАЖДАН
ЭТО УЖЕ НЕИСПРАВИМО, СИТУАЦИЮ НЕ ПРОСТО ИЗМЕНИТЬ
НЕ МОГУ ОТВЕТИТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС – 14,5%

