

Министерство экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия

Государственное казенное учреждение Республики Мордовия
«Научный центр социально-экономического мониторинга»

Мониторинг рынка финансовых услуг

Аналитическая записка



2023



Содержание

Введение	5
1. Удовлетворенность населения и субъектов малого и среднего предпринимательства деятельностью в сфере финансовых услуг, осуществляемой на территории Республики Мордовия	8
2. Доступность для населения и субъектов малого и среднего предпринимательства финансовых услуг, оказываемых на территории Республики Мордовия	19
Заключение	34
Приложение 1. Одномерное распределение результатов социологического опроса населения «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции» относительно сферы финансовых услуг	39
Приложение 2. Одномерное распределение результатов социологического опроса субъектов малого и среднего предпринимательства «Оценка предпринимательским сообществом состояния конкурентной среды в Республике Мордовия» относительно сферы финансовых услуг	47

Макет Л. Ю. Максимовой

Подписано в печать 19.09.2023. Усл. печ. л. 2,13. Тираж 5 экз. Заказ 55.

Отпечатано в лаборатории малой типографии
Государственного казенного учреждения Республики Мордовия
«Научный центр социально-экономического мониторинга».

430005 г. Саранск, ул. Б. Хмельницкого, д. 39а, тел.: (8342) 47-44-51

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Директор,
канд. социол. наук

Л. Н. Курышова
(эксперт)

Зам. директора по научной работе,
канд. экон. наук, доцент

В. П. Миничкина
(эксперт)

Исполнители

Вед. науч. сотр.,
канд. социол. наук

В. А. Иншаков
(введение, раздел 1,
заключение)

Вед. науч. сотр.,
канд. социол. наук

С. Г. Ушкин
(разделы 1, 2, заключение, приложение 1,
обработка данных)

Ст. науч. сотр.

Л. Ю. Максимова
(раздел 2, приложение 2)

Ст. науч. сотр.

О. Н. Курмышкина
(обработка данных)

Параметры исследования:

- В рамках исследования проведен репрезентативный опрос 790 потребителей и опрос 290 предпринимателей — представителей малого и среднего бизнеса. Использована комбинированная методика, сочетающая личные интервью и компьютерное анкетирование.
- Отбор потребителей осуществлен в соответствии с квотами по полу, возрасту и месту проживания; предпринимателей — по принадлежности к товарным рынкам, определенным Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации в качестве приоритетных для развития конкуренции.
- Опрос потребителей проведен в марте — апреле 2023 г., предпринимателей — в марте — мае 2023 г.

Введение

В соответствии с требованиями Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации ежегодно проводится мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг, в рамках которого осуществляется оценка удовлетворенности населения и субъектов малого и среднего предпринимательства деятельностью организаций в сфере финансовых услуг и их доступности на территории региона. В этой связи Государственным казенным учреждением Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга» совместно с Министерством экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия, органами местного самоуправления городского округа Саранск и муниципальных районов республики были проведены массовый опрос населения в возрасте от 18 лет и старше и опрос субъектов малого и среднего предпринимательства, по результатам которых подготовлена настоящая аналитическая записка.

Работа по оценке уровня удовлетворенности населения и представителей малого и среднего бизнеса деятельностью финансовых организаций и доступностью финансовых услуг в Республике Мордовия построена на основании:

— Указа Президента Российской Федерации от 21 декабря 2017 г. № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции»;

— Распоряжения Правительства Российской Федерации от 2 сентября 2021 г. № 2424-р «О Национальном плане развития конкуренции в Российской Федерации на 2021—2025 годы»;

— Распоряжения Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 г. № 768-р «Об утверждении стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации»;

— Приказа Министерства экономического развития Российской Федерации от 11 марта 2020 г. № 130 «Об утверждении единой методики мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации»;

— Распоряжения Главы Республики Мордовия от 11 октября 2019 г. № 582-РГ «Об утверждении Перечня товарных рынков для содействия развитию конкуренции в Республике Мордовия и Плана мероприятий (“дорожной карты”) по содействию развитию конкуренции в Республике

Мордовия на 2019—2022 годы» (с изменениями, внесенными распоряжением Главы Республики Мордовия от 13 июня 2023 г. № 515-РГ);

— Распоряжения Правительства Республики Мордовия от 18 мая 2023 г. № 312-Р «Об утверждении Плана мероприятий по развитию финансового рынка Республики Мордовия на 2023 год»;

— Распоряжения Правительства Республики Мордовия от 30 июля 2019 г. № 507-Р «Об утверждении плана мероприятий (“дорожной карты”) по повышению производительности труда и заработной платы в Республике Мордовия на 2019—2024 годы».

Цель исследования — комплексное изучение рынка финансовых услуг Республики Мордовия.

Задачи исследования:

— оценка удовлетворенности населения и субъектов малого и среднего предпринимательства деятельностью в сфере финансовых услуг;

— оценка доступности для населения и субъектов малого и среднего предпринимательства финансовых услуг.

Объекты исследования — население Республики Мордовия в возрасте от 18 лет и старше, постоянно проживающее в регионе, и субъекты малого и среднего предпринимательства, осуществляющие свою деятельность на товарных рынках, определенных в качестве приоритетных для развития конкуренции на территории региона.

Эмпирической базой исследования являются:

— результаты массового репрезентативного анкетного опроса населения Республики Мордовия (март — апрель 2023 г., отбор потребителей осуществлен в соответствии с квотами по полу, возрасту и месту проживания, $N = 790$);

— результаты опроса субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия (март — май 2023 г., отбор предпринимателей осуществлен по принадлежности к товарным рынкам, определенным Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации в качестве приоритетных для развития конкуренции, $N = 290$).

Методическая основа исследования — очное формализованное анкетирование населения по бланку «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции» и субъектов малого и среднего предпринимательства по бланку «Оценка предпринимательским сообществом состояния конкурентной среды в Республике Мордовия».

Подавляющее большинство результативных анкет по двум социологическим исследованиям получено посредством компьютерного анкетирования, реализованного на платформе Google Forms по интерактивной анкете. В отдельных случаях, связанных преимущественно с возрастом опрошенных и (или) проблемах с доступом у них к Интернету, а также отсутствием возможности для прямого контакта использовано традиционное интервью лицом к лицу.

Структура аналитической записки. Аналитическая записка состоит из введения, двух разделов и заключения. Результаты массового репрезентативного анкетного опроса населения Республики Мордовия относительно сферы финансовых услуг представлены в прил. 1, результаты опроса субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия в отношении сферы финансовых услуг — в прил. 2.

1. Удовлетворенность населения и субъектов малого и среднего предпринимательства деятельностью в сфере финансовых услуг, осуществляемой на территории Республики Мордовия

В Республике Мордовия рынок финансовых услуг представлен достаточно широкой сетью финансовых организаций, обслуживающих физические и юридические лица. По данным Банка России, на 1 апреля 2023 г. в регионе насчитывается 112 учреждений банковской системы, из которых 109 — дополнительные офисы¹.

Оценки населения. Значительная доля опрошенных жителей региона (67 %) замечает большое количество компаний, предоставляющих финансовые услуги (рис. 1.1). По сравнению с прошлым годом показатель увеличился на 3 пп. О нехватке учреждений на финансовом рынке заявляет каждый десятый респондент (9 %), показатель располагается в пределах допустимой погрешности относительно годовой ретроспективы. Каждый четвертый респондент (24 %) затрудняется дать оценку, их доля стабильна во всех периодах мониторинга. По всей видимости, у данных респондентов отсутствует практический опыт использования финансовых продуктов и услуг, ввиду чего они уходят от ответа.

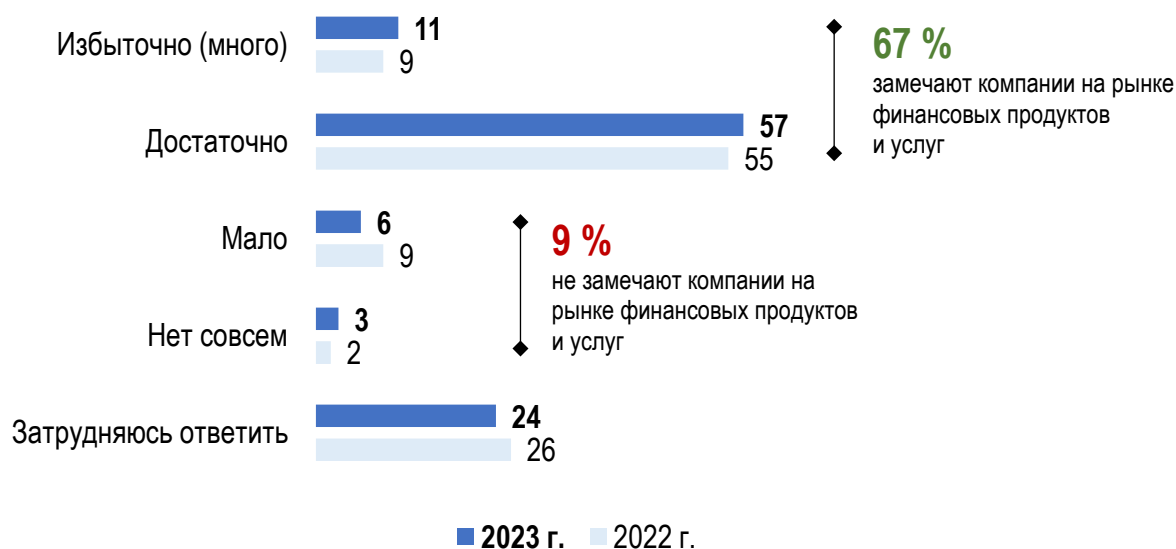


Рис. 1.1. Концентрация компаний на рынке финансовых продуктов и услуг (кредитование, страхование и т. д.), %

Подавляющее большинство респондентов (81 %) удовлетворены возможностью выбора хотя бы одного из типов финансовых организаций (рис. 1.2).

¹ См.: Институциональная обеспеченность платежными услугами в территориальном разрезе — 2023 г. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/nps/psrf/> (дата обращения: 07.09.2023).

Это на 6 пп выше показателей предыдущего года. Наиболее доступными признаются банковские структуры (79%), за ними с большим отставанием располагаются страховые организации (49 %). Топ-3 замыкают микрофинансовые организации (39 %). О доступности остальных заявляет примерно каждый третий опрошенный (30–35 %). Заметное улучшение восприятия коснулось банковского (+5 пп) и страхового (+3 пп) секторов.



Рис. 1.2. Удовлетворенность населения возможностью выбора различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, %

Доля респондентов, недовольных возможностью выбора тестируемых типов финансовых организаций, ни по одной из них не превышает 12 %. Наиболее частая ситуация — высокий уровень затруднившихся с ответом. Если в отношении банков он составляет всего 13 %, то в отношении остальных варьируется от 40 до 59 %.

Работой хотя бы одного из перечисленных типов финансовых организаций довольны 79 % опрошенных (рис. 1.3). По сравнению с прошлым годом показатель вырос на 4 пп. Выше остальных оценивается работа банковского сектора (77 %), здесь же в годовой ретроспективе отмечается рост позитивных оценок (+4 пп). Второе место по удовлетворенности занимают страховые организации (41 %), однако по сравнению с прошлым годом здесь фиксируется снижение позитива (–4 пп). Все остальные институты слабо дифференцируемы между собой, показатели варьируются в диапазоне от 25 до 32 %.

При этом, как и в случае со страховыми организациями, наблюдается сокращение доли довольных их работой на 4 и более пп.

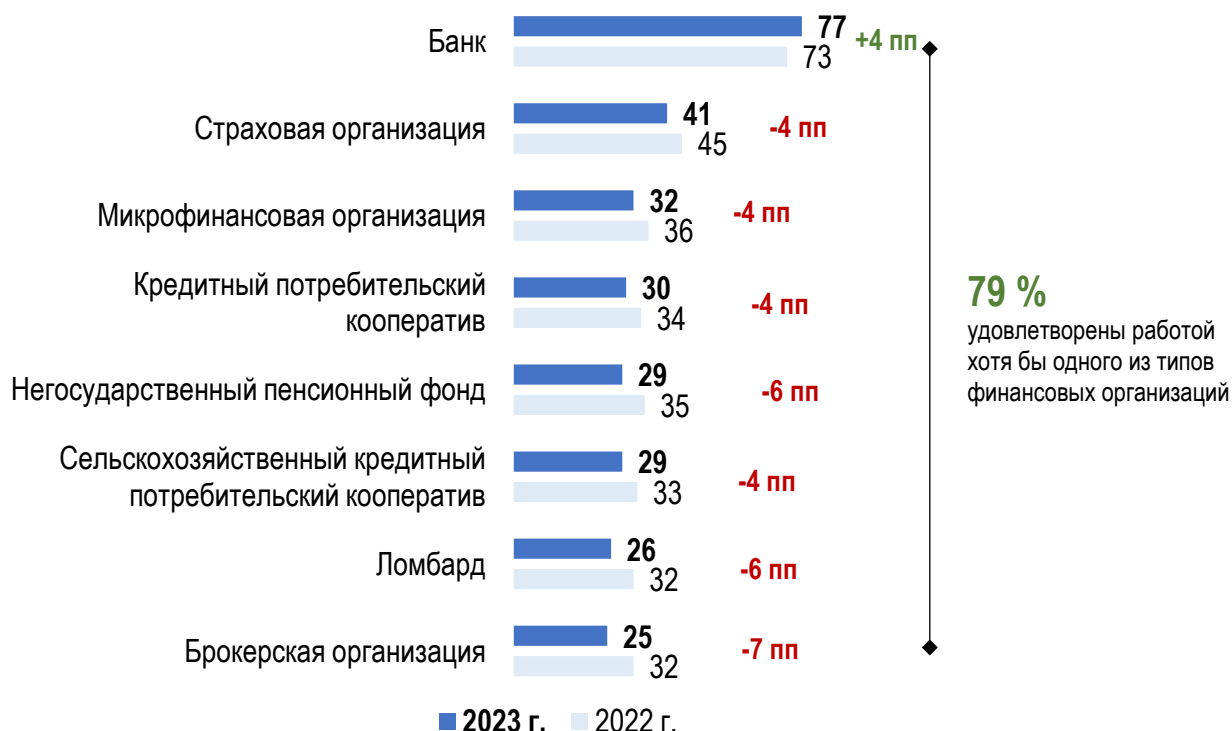


Рис. 1.3. Удовлетворенность населения работой различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, %

Тем не менее сокращение уровня удовлетворенности автоматически не означает резкого ухудшения положения дел. Как и годом ранее, коридор негативных оценок работы различных типов финансовых организаций не является широким: от 9 до 13 % жителей региона недовольны работой тех или иных институтов. Главная проблема в том, что подавляющее большинство слабо представляют себе ситуацию на этом рынке, поскольку практически не прибегают к финансовым инструментам в повседневной жизни. Доля тех, кто затрудняется со своим ответом или же предпочитает не отвечать на вопрос в отношении банков, составляет 15 %, для всех остальных типов финансовых организаций она варьируется от 47 до 63 %. За год увеличилась именно она.

Собственно, каждый четвертый опрошенный (27 %) приобретал за последний год финансовые продукты и услуги (кредитование, страхование и т. д.) (рис. 1.4). Доля таких респондентов достаточно стабильна, значительные колебания отсутствуют на протяжении нескольких лет мониторинга. Однако главный тренд текущего замера — сокращение параметров удовлетворенности финансовыми услугами. По сравнению с прошлым годом в

среднем они упали на 10 пп, наиболее пострадали оценки стоимости — на 11 пп. Вероятно, что проседание связано с ухудшением финансовых ожиданий ввиду стремительного роста курса валют и вытекающего из него снижения общего уровня платежеспособности.

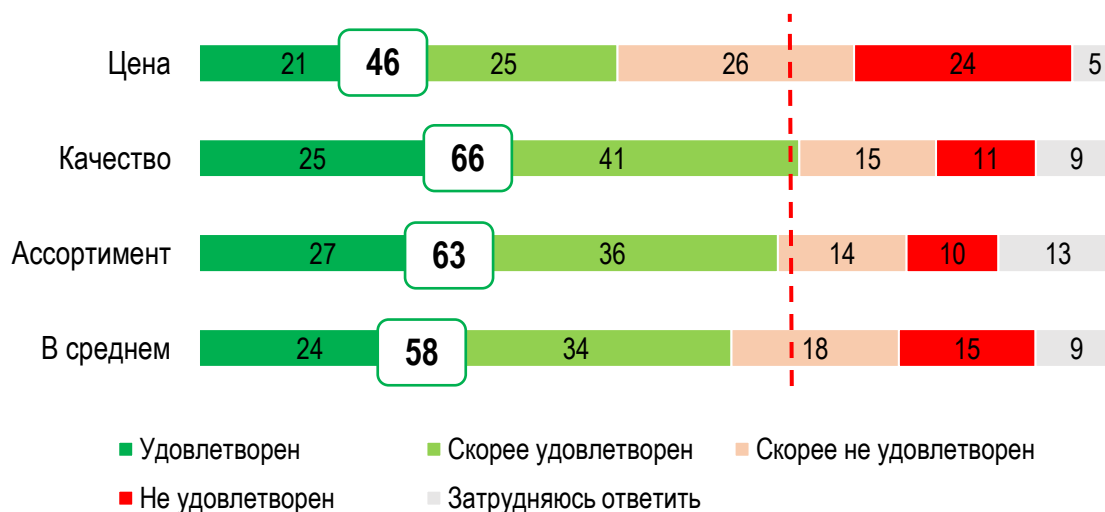


Рис. 1.4. Удовлетворенность различными характеристиками (цена, качество, ассортимент) финансовых продуктов и услуг (кредитование, страхование и т. д.), %

О значительных негативных сдвигах свидетельствует субъективное восприятие трехлетней динамики: доля тех, кто замечает увеличение цены по сравнению с прошлым замером, выросла с 55 до 64 % (рис. 1.5). При этом показатели качества и ассортимента предоставляемых услуг практически не пострадали, позитивные и негативные отзывы в этом случае уравнивают друг друга. Следовательно, косвенно наблюдаемая на рынке ситуация подтверждает выдвинутое нами ранее предположение о том, что стоимость — один из наиболее существенных сдерживающих факторов в использовании подобного рода предложений, и именно она влияет на восприятие отрасли в целом.

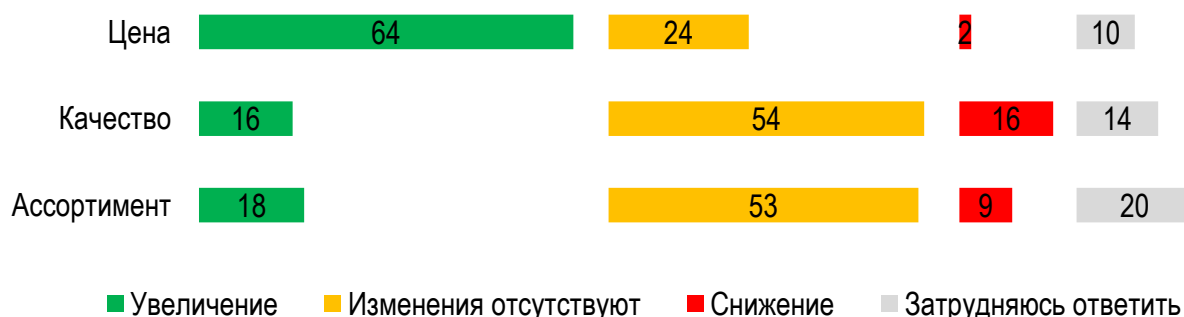


Рис. 1.5. Динамика различных характеристик (цена, качество, ассортимент) финансовых продуктов и услуг (кредитование, страхование и т.д.) за последние три года, %

Оценки субъектов малого и среднего предпринимательства. Развитие регионального бизнеса, наращивание оборотного капитала и его активов невозможно без тесного взаимодействия с финансовыми организациями. По оценкам предпринимательского сообщества республики деятельность организаций в сфере оказания финансовых услуг находится на довольно высоком уровне.

Результаты исследования, проведенного среди субъектов малого и среднего предпринимательства, показывают, что уровень их удовлетворенности возможностью выбора различных финансовых организаций в Республике Мордовия превышает плановые показатели Министерства экономического развития Российской Федерации, установленные на уровне 65 %². Такая ситуация наблюдается среди всех типов рассматриваемых нами финансовых организаций — микрофинансовых (96 %), банковского сектора (90 %), страховых (90 %), кредитных потребительских кооперативов (89 %), сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов (83 %) (рис. 1.6). Вместе с тем доля неудовлетворительных оценок возможности выбора финансовых организаций варьируется от 9 до 11 %.

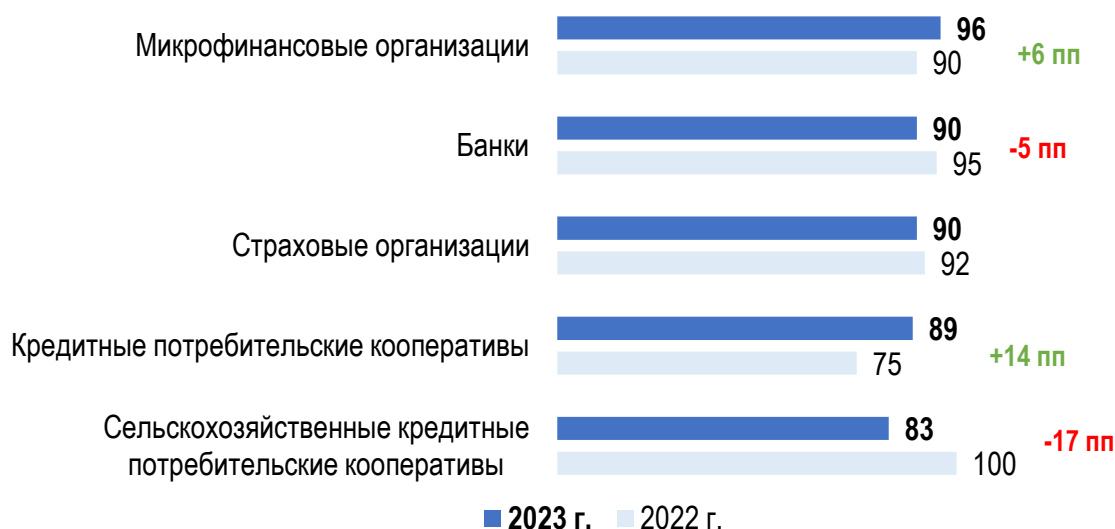


Рис. 1.6. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства возможностью выбора различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

² См.: Единая методика мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации, утвержденная приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 11 марта 2020 г. № 130. С. 42.

По сравнению с прошлогодним замером наблюдается увеличение уровня удовлетворенности предпринимателей возможностью выбора кредитных потребительских кооперативов на 14 пп, микрофинансовых организаций — на 6 пп. Резкое снижение оценок по данному показателю фиксируется в отношении сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов (на 17 пп).

В условиях усиления конкуренции финансовые организации вынуждены пересматривать подходы к определению мест размещения своих офисов и филиалов. Они должны располагаться не в случайных местах, а точно, там, где поток клиентов и удобства для посетителей будут наилучшими. Важным фактором для потребителей при выборе той или иной финансовой организации является не только широкий спектр предлагаемых услуг, но также удачное расположение офисов и филиалов.

По данным, полученным в ходе исследования, можно констатировать, что предприниматели, представляющие малый и средний бизнес, достаточно высоко оценивают удобство расположения финансовых организаций региона — уровень удовлетворенности варьируется от 87 до 100 % (рис. 1.7). Высокая оценка размещения локальных точек обслуживания финансовых организаций связана прежде всего с развитием городской инфраструктуры, а также ростом объемов жилищного и капитального строительства в регионе, в следствии чего увеличивается количество объектов недвижимости для их потенциального расположения. По сравнению с прошлым годом отмечается увеличение уровня удовлетворенности удобством расположения страховых организаций (на 8 пп) и банков (на 2 пп). Как и годом ранее, на максимально высоком уровне отмечается удовлетворенность респондентов возможностью выбора сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов и кредитных потребительских кооперативов (100 %).

Коридор колебания негативных оценок в отношении удобства расположения различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия не является широким: от 3 до 13 % предпринимателей в разной степени дают неудовлетворительные ответы.

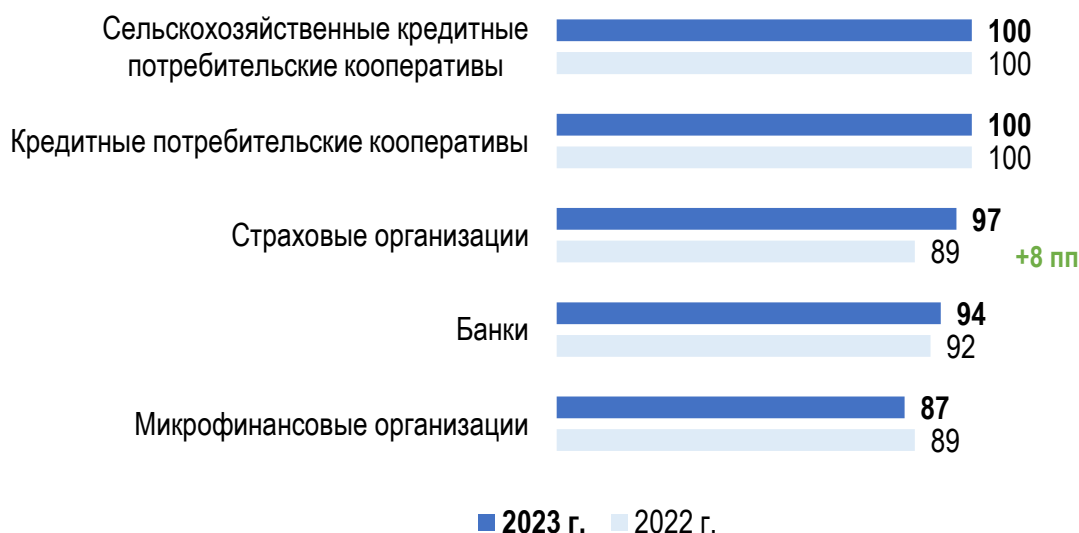


Рис. 1.7. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства удобством расположения различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

Деятельность различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия оценивается субъектами малого и среднего предпринимательства преимущественно позитивно. Достаточно высокий уровень удовлетворенности, превышающий плановые показатели Министерства экономического развития Российской Федерации, установленные на уровне 65 %³, наблюдается по всем типам финансовых организаций. В частности, по отношению к банковскому сектору — 97 %, микрофинансовым организациям — 96 %, страховым организациям и кредитным потребительским кооперативам — по 90 % соответственно, сельскохозяйственным кредитным потребительским кооперативам — 83 % (рис. 1.8).

Рост уровня удовлетворенности представителей малого и среднего бизнеса относительно прошлого года фиксируется в отношении работы сельскохозяйственных кредитных и кредитных потребительских кооперативов (на 8 и 4 пп соответственно), микрофинансовых организаций (на 2 пп), банков (на 1 пп). Снижение данного показателя за анализируемый период отмечается по страховым организациям (на 3 пп).

³ См.: Единая методика мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации, утвержденная приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 11 марта 2020 г. № 130. С. 42.

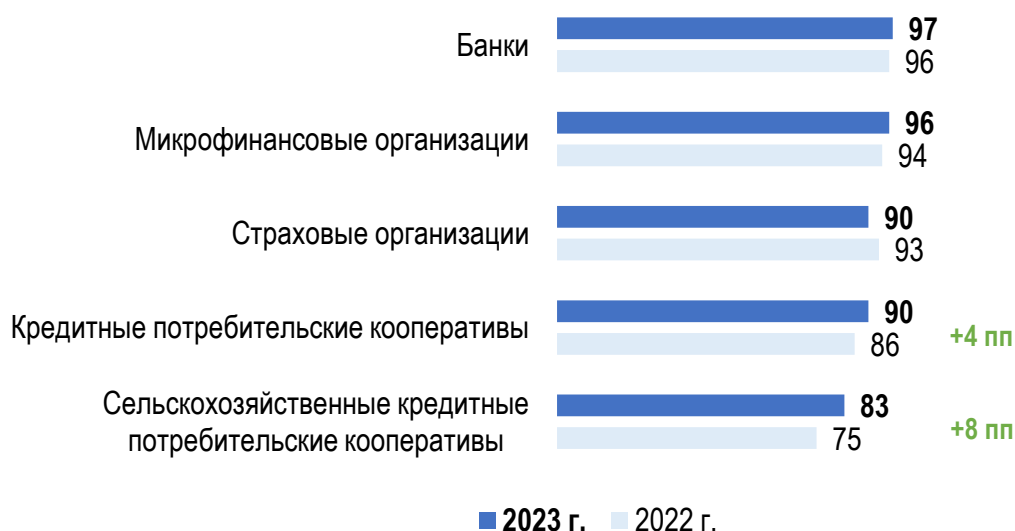


Рис. 1.8. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства работой различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

Чаще всего предпринимателей не устраивает работа сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов (17 %), что свидетельствует о недостаточном развитии деятельности данной финансовой организации в регионе.

Наиболее востребованными среди представителей малого и среднего предпринимательства являются платежные услуги, в том числе переводы денежных средств, оплата товаров, услуг и налогов (72 %). Далее располагаются страховые услуги (32 %), кредитные продукты (30 %) и сбережения, размещение свободных денежных средств (21 %) (рис. 1.9). По сравнению с замером прошлого года предприниматели стали реже использовать финансовые услуги: платежные (-8 пп), сбережения, размещение свободных денежных средств (-7 пп), кредитование, займы (-5 пп), страхование (-3 пп).

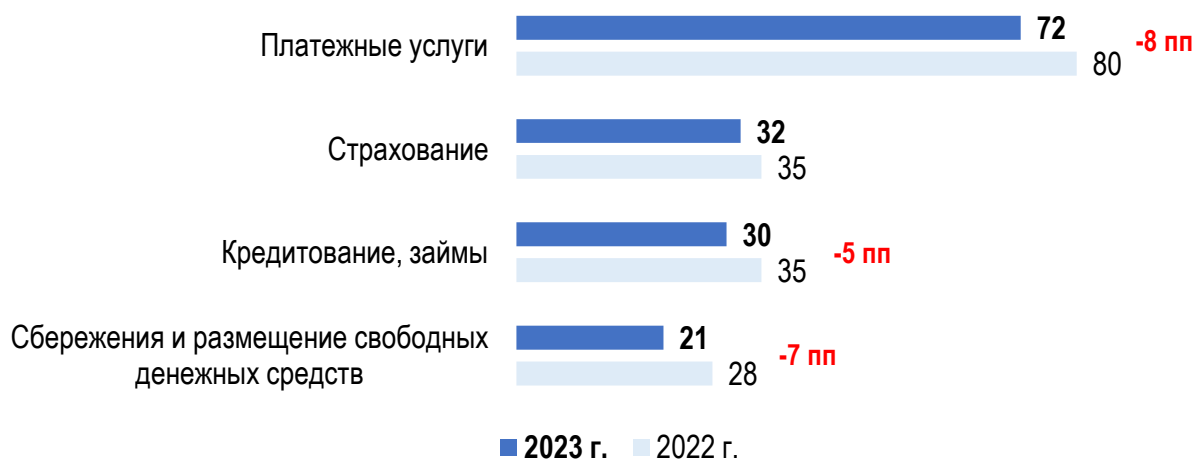


Рис. 1.9. Наиболее востребованные среди субъектов малого и среднего предпринимательства финансовые продукты и услуги, %

В рамках исследования показатель удовлетворенности предпринимателей различными финансовыми продуктами и услугами оценивался по трем основным характеристикам — стоимость, качество, доступность.

Наибольший уровень удовлетворенности представителей бизнеса относительно стоимости финансовых услуг зафиксирован по платежам (88 %) (рис. 1.10). В то же время существенная доля предпринимателей (43 %) не удовлетворена стоимостью услуг кредитования и займов.

По сравнению с прошлым годом отмечается повышение уровня удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности стоимостью услуг сбережения и размещения свободных денежных средств (на 10 пп), страхования (на 8 пп), платежных услуг (на 4 пп), кредитования и займов (на 3 пп).

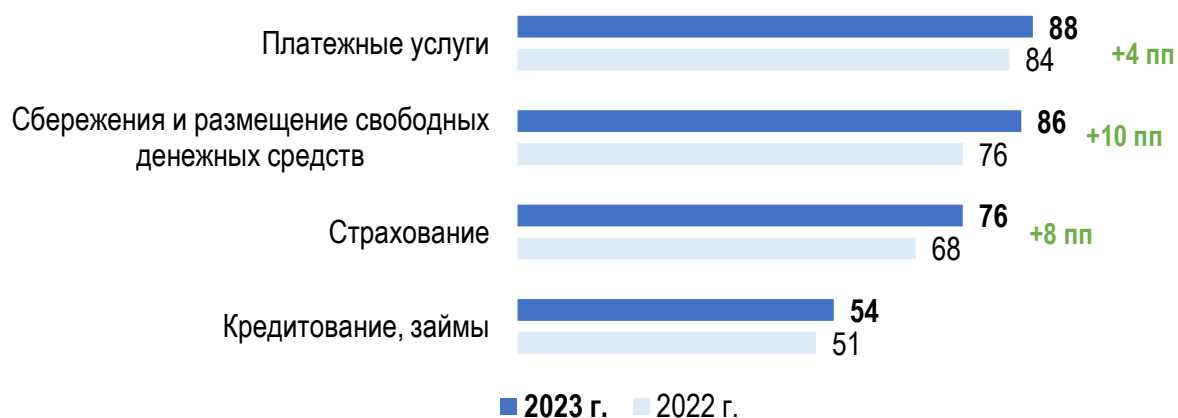


Рис. 1.10. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства стоимостью финансовых продуктов и услуг, % от тех, кто получал данные услуги

Качество финансовых продуктов и услуг, как и годом ранее, устраивает предпринимателей больше, чем их стоимость. Наибольший уровень удовлетворенности качеством отмечается по отношению к платежным услугам (95 %). Далее следуют страхование (92 %), сбережения и размещение свободных денежных средств (91 %) и кредитование, займы (89 %) (рис. 1.11).

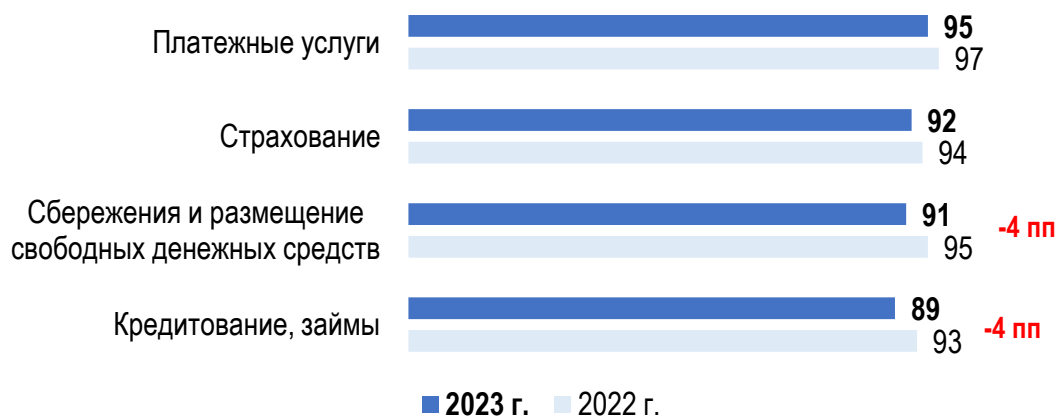


Рис. 1.11. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства качеством финансовых продуктов и услуг, % от тех, кто получал данные услуги

В годовой ретроспективе наблюдается снижение уровня удовлетворенности качеством финансовых услуг по сбережению, размещению свободных денежных средств (на 4 пп), кредитованию, займам (на 4 пп), а также платежных и страховых услуг (на 2 пп соответственно).

На высоком уровне представители малого и среднего бизнеса оценивают доступность предоставляемых финансовых услуг. Доля позитивных оценок данным параметром колеблется в коридоре от 87 до 99 % по различным типам финансовых услуг (рис. 1.12). Диапазон негативных оценок доступности различных финансовых услуг в Республике Мордовия находится в пределах погрешности и не является широким — от 1 до 9 % предпринимателей в той или иной степени заявляют о своем недовольстве.

По сравнению с прошлогодним замером зафиксировано снижение уровня удовлетворенности предпринимателей доступностью кредитования и займов (на 9 пп), сбережения и размещения свободных денежных средств (на 4 пп). Незначительный рост показателя отмечается по платежным услугам (на 2 пп).

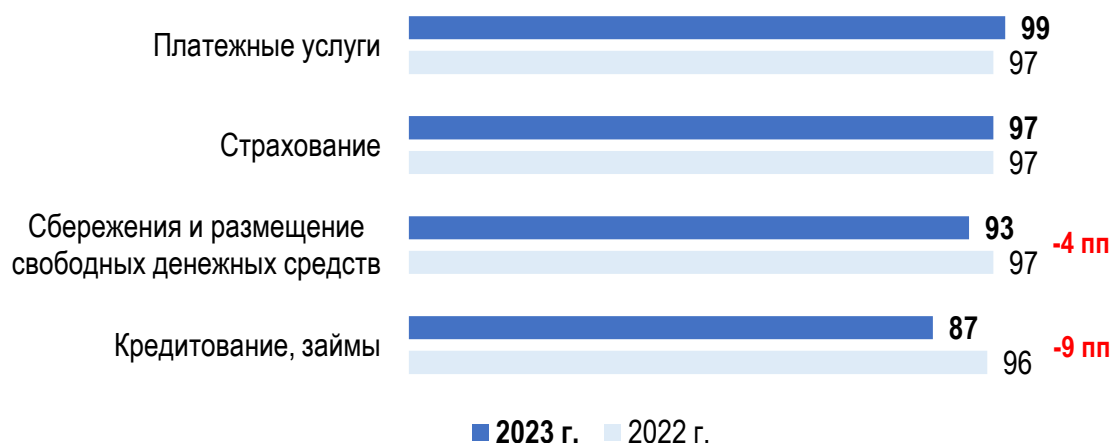


Рис. 1.12. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства доступностью финансовых продуктов и услуг, % от тех, кто получал данные услуги

Таким образом, на основе проведенного анализа определен обобщенный показатель удовлетворенности предпринимателей финансовыми продуктами и услугами, рассчитанный как среднее арифметическое рассматриваемых факторов — стоимость, качество и доступность (рис. 1.13).

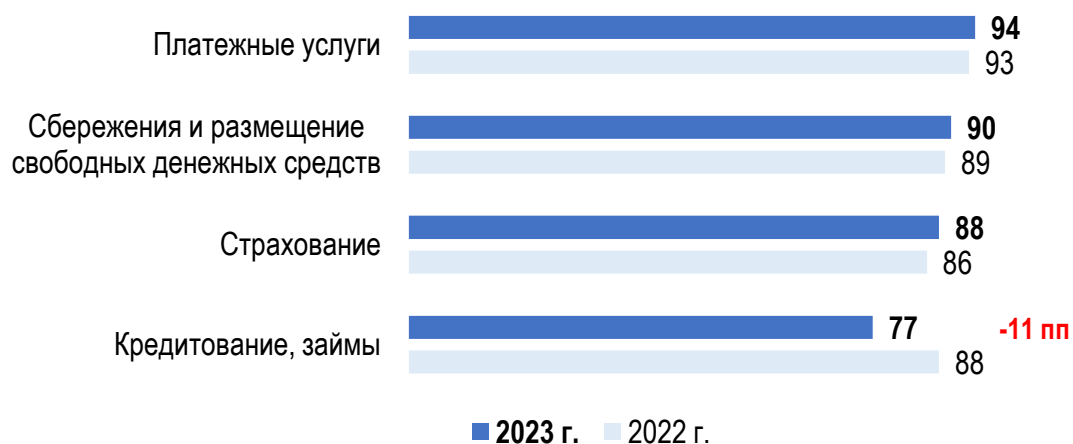


Рис. 1.13. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства финансовыми продуктами и услугами (среднее значение), % от тех, кто получал данные услуги

Наиболее высокая (94 %) оценка данного показателя по итогам исследования 2023 г. фиксируется по отношению к платежным услугам, наименьшая (77 %) — к кредитованию и займам. По сравнению с предыдущим годом среднее значение удовлетворенности предпринимателей финансовыми продуктами и услугами значительно снизилось относительно кредитования и займов (на 11 пп).

2. Доступность для населения и субъектов малого и среднего предпринимательства финансовых услуг, оказываемых на территории Республики Мордовия

Обеспечение доступности финансовых услуг для граждан и бизнеса является одним из ключевых направлений развития финансового рынка региона.

Оценки населения. Подавляющее большинство опрошенных (89 %) за последний год пользовались хотя бы одним финансовым продуктом или услугой. Значимые изменения по сравнению с прошлым замером отсутствуют. В зависимости от различных социально-демографических и статусно-профессиональных характеристик наблюдаются некоторые различия. Так, чаще пользуются финансовыми продуктами или услугами жители Саранска (94 %), респонденты в возрасте от 18 до 24 лет (93 %), зарабатывающие не менее 1,25 медианы дохода (94 %), работающие по найму (93 %), самозанятые (95 %) и студенты (95 %). Напротив, финансовые продукты и услуги менее востребованы среди респондентов старше 60 лет (82 %), не имеющих высшего образования (84 %), зарабатывающих менее 0,75 медианы дохода (82 %), учащихся (40 %), временно неработающих (75 %), пенсионеров (83 %).

В среднем житель региона за год получает 2,4 финансовых продукта или услуги. Показатель на 0,1 меньше, чем в прошлом году, несмотря на то, что в тестируемый перечень были внесены изменения и добавлен индивидуальный инвестиционный счет. Безусловным лидером по числу пользователей остается обслуживание зарплатных карт (80 %), далее с большим отставанием располагаются денежные переводы и платежи (51 %) (рис. 2.1). Практически не востребованы услуги негосударственных пенсионных фондов (4 %), брокерские счета (2 %), автокредиты (2 %), микрозаймы (2 %), инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, доверительное управление) (1 %) и индивидуальные инвестиционные счета (1 %).

По сравнению с прошлым годом заметно снизился уровень использования потребительских кредитов (на 6 пп) и банковских вкладов (на 4 пп). При этом, напротив, повысилась доля тех, кто заводит для себя кредитные карты (на 4 пп), по всей видимости выбирая их в качестве альтернативы традиционным способам кредитования. Важно отметить, что за последний год ключевая ставка в нашей стране ввиду действия санкций неоднократно изменяла свои значения, ввиду чего росли проценты по кредитам, а проценты по вкладам, напротив, сокращались.

Среди тестируемых продуктов респонденты продолжают пользоваться или массовыми предложениями, такими как зарплатная карта (78 %), или нишевыми — брокерским счетом (2 %) и индивидуальным инвестиционным счетом

(1 %). Высокие показатели постоянного использования сохраняются для дебетовых (22 %) и кредитных (16 %) карт. Кроме того, значительная доля респондентов продолжает пользоваться страхованием (13 %), держать банковские вклады (10 %), выплачивать потребительские (5 %) или ипотечные кредиты (5 %). Ситуативно опрошенные подходят к осуществлению денежных переводов и платежей, несмотря на то что это достаточно востребованная практика, о ее регулярности заявляет лишь четверть опрошенных (26 %).



■ Пользовались в течение последних 12 месяцев

■ Продолжают пользоваться сейчас

Рис. 2.1. Наиболее востребованные среди населения финансовые продукты и услуги, %

Востребованность продуктов и услуг различается среди статусно-профессиональных групп респондентов. Так, работающие по найму существенно чаще, чем в среднем по выборке, в течение последнего года пользовались зарплатными картами (88 %) и денежными переводами и платежами (61 %), предприниматели — денежными переводами и платежами (59 %), дебетовыми (38 %) и кредитными (34 %) картами, заключали договора страхования (31 %) и вступали в ипотеку (19 %), самозанятые — дебетовыми картами (50 %), официально безработные — дебетовыми картами (50 %), временно неработающие — ипотечными кредитами (14 %), студенты — денежными переводами и платежами (61 %) и дебетовыми картами (58 %). Важно отметить, что уровень использования финансовых продуктов и услуг существенно ниже в двух группах населения — среди учащихся и пенсионеров, однако пенсионеры характеризуются едва ли не лучшей способностью накапливать сбережения и использовать для их сохранности банковские счета (19 %). Относительно высокий уровень заинтересованности в новых финансовых инструментах демонстрируют предприниматели, которые заявляют о том, что у них есть брокерские счета (6 %), они прибегали к инвестиционным услугам (6 %). В целом именно предприниматели выступают наиболее активной группой.

Выбор тех или иных финансовых продуктов или услуг традиционно зависит от их ценовой и неценовой привлекательности. Высокие показатели удовлетворенности стоимостью фиксируются в отношении обслуживания по дебетовым (90 %) и зарплатным (89 %) картам, а также совершению денежных переводов и платежей (87 %). Максимальный уровень (100 %) достигнут при использовании индивидуального инвестиционного счета, однако здесь стоит учитывать то, что им априори пользуется небольшое число людей, поэтому показатели носят лишь вероятностный характер.

Качество финансовых продуктов и услуг, равно как и их доступность, оцениваются существенно выше цены. Высокий уровень удовлетворенности достигнут в отношении дебетовых (96 %) и зарплатных (91 %) карт, автокредитов (93 %), денежных переводов и платежей (93 %), кредитных карт (84 %), брокерских счетов (82 %), услуг негосударственных пенсионных фондов (81 %) и услуг страхования (81 %).

Доступность финансовых продуктов и услуг располагается выше отметки в 80 %. Единственное исключение — ипотечные кредиты, довольны возможностью их получения 72 % опрошенных.

На основе оценок удовлетворенности потребителей ценой, качеством и доступностью финансовых продуктов и услуг мы составили обобщенный рейтинг

удовлетворенности, рассчитанный как среднее арифметическое рассматриваемых факторов. Высокие значения наблюдаются по отношению к индивидуальному инвестиционному счету (100 %), дебетовым картам (94 %), денежным переводам и платежам (92 %), дебетовым (91 %), зарплатным картам (91 %), автокредитам (86 %), брокерским счетам (84 %), кредитным картам (81 %) и услугам негосударственных пенсионных фондов (81 %) (рис. 2.2).

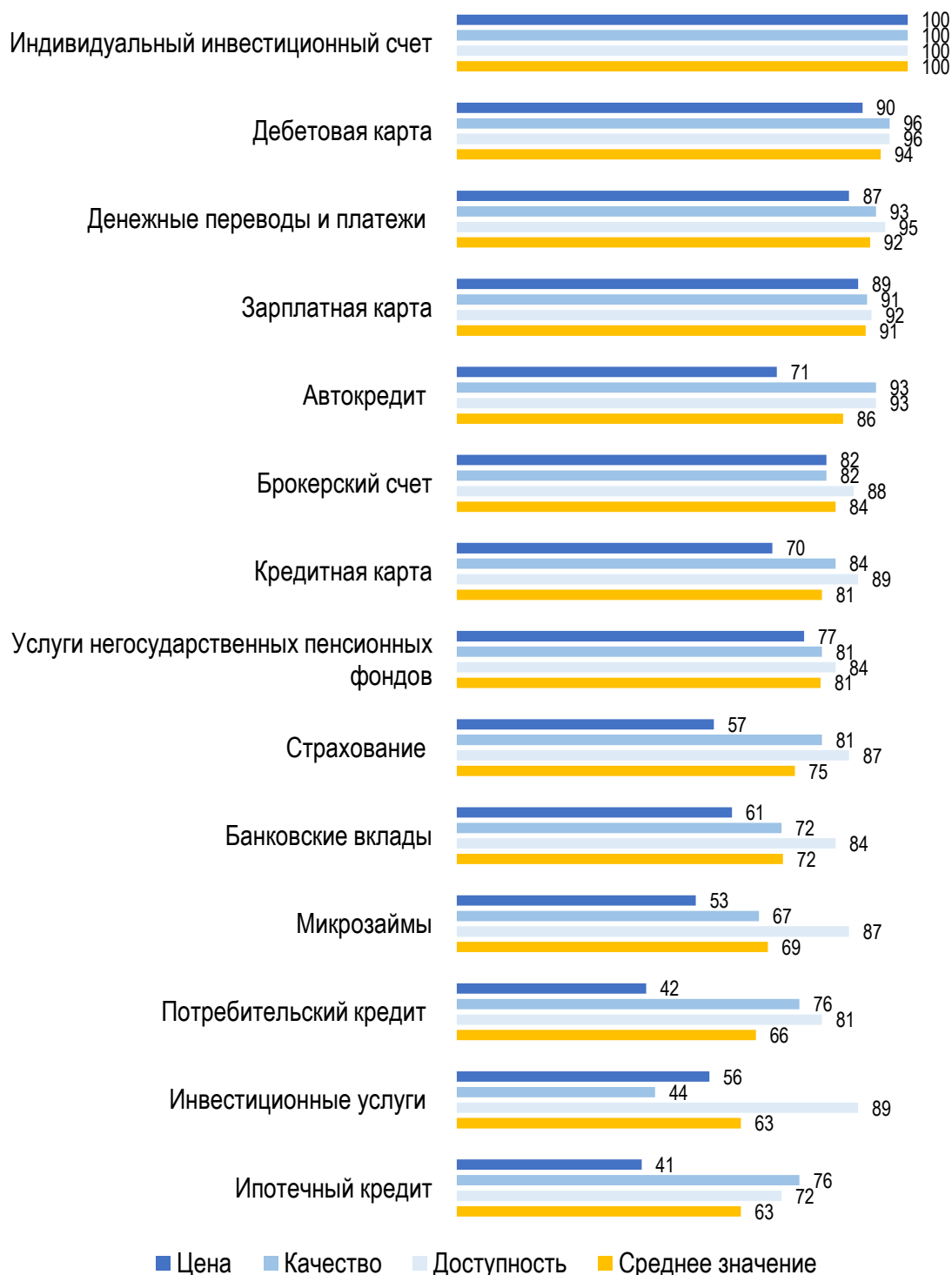


Рис. 2.2. Удовлетворенность ценовыми и неценовыми характеристиками финансовых продуктов и услуг, % от тех, кто ими пользовался

Большая часть респондентов продолжает отдавать предпочтения контактным способам получения финансовых продуктов и услуг. Наиболее популярные из них — пользование банкоматами, терминалами (68 %) и личные посещения организаций (56 %). В обоих случаях в годовой ретроспективе наблюдается сокращение доли сторонников таких взаимодействий (на 10 и 3 пп) соответственно. Вероятно, что людям по-прежнему привычнее получать услуги «по старинке», особенно в пожилом возрасте; кроме того, ряд предложений требует обязательного присутствия человека в финансовом учреждении, например для верификации своих действий, т.е. пока о полной цифровизации отрасли речи не идет.

Более трети опрошенных (39 %) для получения финансовых продуктов и услуг используют специальные приложения для планшетов или смартфонов, каждый десятый — сайт для компьютера или ноутбука (12 %), сайт для планшета или смартфона (9 %) или СМС-команды на короткий номер (8 %). В динамике наблюдается сокращение неконтактных способов обращений (рис. 2.3)



Рис. 2.3. Способы получения финансовых продуктов и услуг, % от числа тех, кто пользовался финансовыми продуктами и услугами

Большая часть опрошенных (40 %) не испытывает выраженных трудностей при получении финансовых продуктов и услуг. Проблемные ситуации связаны преимущественно с навязыванием дополнительных услуг (35 %)⁴, нехваткой денежных средств (22 %), недостаточным уровнем собственных знаний (16 %), высокой стоимостью (15 %) и недоверием к финансовым организациям (13 %) (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Проблемы при получении населением финансовых продуктов и услуг, % от числа тех, кто пользовался финансовыми продуктами и услугами

Структура недостатков в отрасли существенным образом поменялась, в первую очередь ввиду добавления новой альтернативы «навязывание дополнительных услуг». По всей видимости, это действительно серьезная трудность для респондентов, на которую необходимо обратить внимание при совершенствовании работы финансовых организаций. Среди других значимых

⁴ Альтернатива «Навязывание дополнительных услуг» добавлена в 2023 г.

изменений — сокращение доли тех, кто обращает внимание на физическую доступность банков, терминалов (–11 пп) и отделений, офисов финансовых организаций (–10 пп).

Различные социально-профессиональные группы по-разному воспринимают трудности при использовании финансовых продуктов и услуг. Так, работающие по найму чаще, чем в среднем по выборке, обращают внимание на навязывание дополнительных услуг (40 %). Предприниматели заявляют о высокой цене (22 %). Безработные не доверяют финансовым организациям (43 %). Временно неработающие заявляют об отсутствии трудностей (44 %) или о недоверии представителям рассматриваемой сферы (17 %). Учащиеся указывают на недостаток опыта (20 %) или высокую стоимость (20 %). Студенты высказываются о навязывании дополнительных услуг (49 %), недостатке собственных средств (27 %), отсутствии опыта (24 %) или неудовлетворительной цене (24 %). Пенсионеры сетуют на недостаток собственных знаний и опыта (19 %).

Трудности при получении услуг можно структурировать в зависимости от пяти факторов — территориального (отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций; отдаленность расположения банкоматов, терминалов; отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги), финансового (недостаток собственных денежных средств; неудовлетворительная цена, стоимость), ментального (недостаток собственных знаний и опыта; недоверие к финансовым организациям), административного (навязывание дополнительных услуг, сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов; длительные сроки получения, очереди) и информационного (недостаток информации об услуге; отсутствие консультационной поддержки в организации) признаков. В соответствии с предложенной группировкой самыми значимыми барьерами при получении финансовых продуктов и услуг для населения в целом являются административный (41 %), финансовый (28 %) и ментальный (24 %). За последний год доля тех, кто указывает на административный барьер (в первую очередь, ввиду появления альтернативы «навязывание дополнительных услуг») выросла на 29 пп, при этом значительно просел территориальный фактор (на 17 пп) (рис. 2.5).

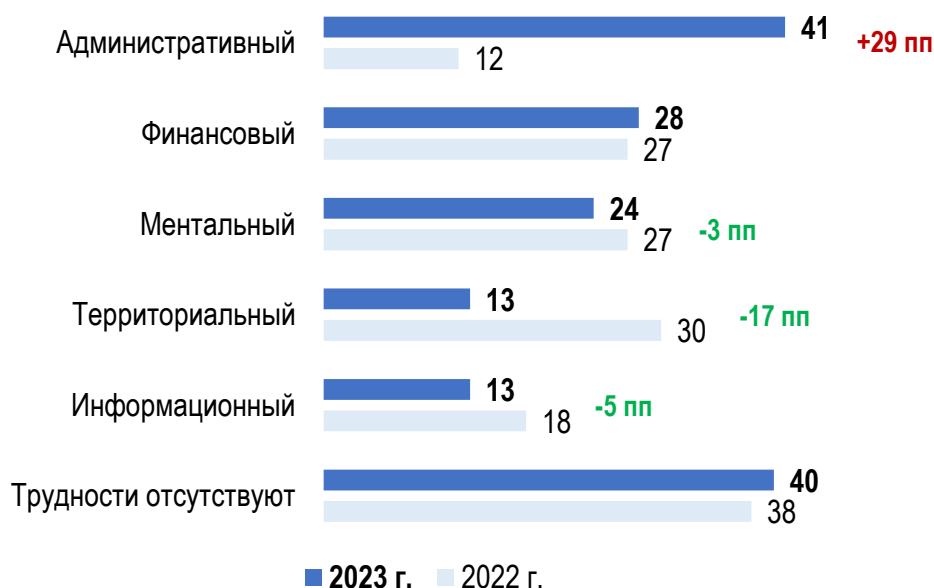


Рис. 2.5. Характер проблем при получении населением финансовых продуктов и услуг, %

Необходимо отметить, что выделенные барьеры в ряде случаев имеют выраженную социально-демографическую специфику. На административные барьеры чаще обращали внимание жители региональной столицы (48 %), на них указывают люди до 44 лет (50 %), респонденты с высшим образованием (45 %) и те, кто имеют более 2 медиан дохода (54 %). Трудности, связанные с финансовой составляющей, оказывают существенное влияние на практики использования финансовых продуктов и услуг среди жителей Саранска (38 %), людей в возрасте от 35 до 44 лет (36 %) и респондентов с высшим образованием (32 %). Ментальные проблемы осложняют жизнь респондентов из столицы региона (32 %) и молодежи в возрасте от 25 до 34 лет (29 %). Территориальная составляющая не устраивает респондентов в возрасте от 25 до 34 лет (16 %). Недостаток информации негативно воспринимается молодежью в возрасте от 18 до 34 лет (24 %). По остальным наполненным группам существенной разницы в отношении средних значений по выборке нет.

Несмотря на существующие трудности, большинство опрошенных (75 %) уверены, что получить финансовые продукты или услуги сегодня проще, чем три года назад (рис. 2.6). Противоположной точки зрения придерживается каждый десятый респондент (8 %). Существенные различия в ответах в зависимости от профессионально-статусных и социально-демографических групп отсутствуют. В годовой ретроспективе значения показателей остались на прежнем уровне.



Рис. 2.6. Субъективное восприятие населением динамики возможности использования финансовых продуктов и услуг за последние три года, %

Для того чтобы в полной мере участвовать в социально-экономической жизни общества, население должно не только иметь доступ к финансовым услугам, но и понимать, как пользоваться ими, т.е. быть финансово грамотным. Уровень финансовых знаний населения, выраженный на уровне самооценок, достаточно высокий: две трети опрошенных (66 %) говорят о средних или высоких навыках, знаниях в этой области. Показатель в динамике практически не изменился (рис. 2.7). Еще пятая часть (23 %) характеризует свою финансовую грамотность как низкую, за год зафиксирован рост на 3 пп. Однако необходимо отметить, что декларируемый уровень грамотности представляет собой скорее реакцию респондентов давать социально одобряемые ответы, а не реальную картину. Вероятно, впоследствии необходимы модификация инструментария и внедрение в исследовательскую практику тестовых вопросов, позволяющих оценить правильность или неправильность представлений людей о банковском секторе.

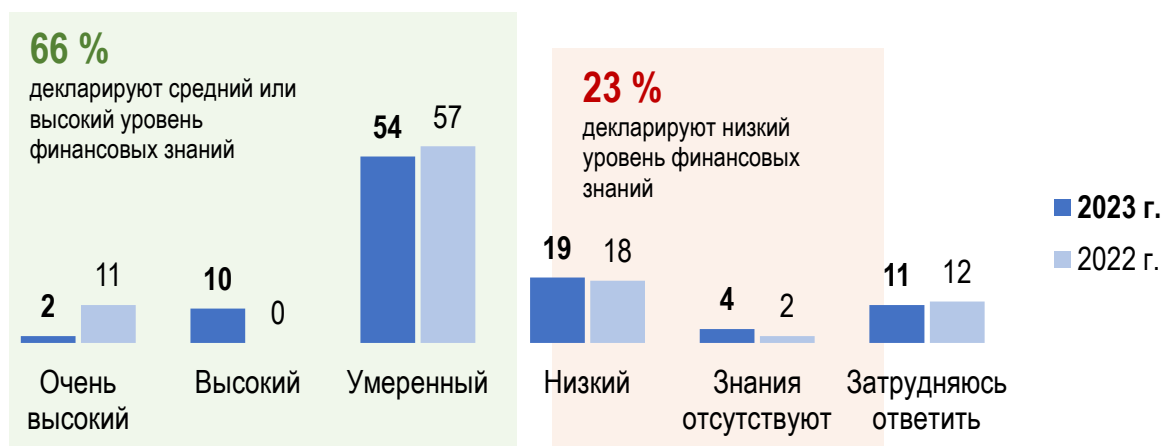


Рис. 2.7. Уровень финансовых знаний населения, %

Низкие оценки уровня своих финансовых знаний характерны для пенсионеров (37 %), людей без высшего образования (34 %), жителей региональной столицы (26 %) и тех, кто зарабатывает менее 0,75 медианы доходов (29 %). Фактически — это группы риска, которые в условиях экономической нестабильности находятся в сложном положении, и которым необходима дополнительная консультация и сопровождение по вопросам приобретения финансовых продуктов и услуг.

Оценки субъектов малого и среднего предпринимательства. Финансовые услуги значительно востребованы субъектами малого и среднего бизнеса. Доступность финансовых услуг имеет важное значение для предпринимателей и во многом влияет на условия для осуществления их эффективной деятельности.

Субъекты малого и среднего предпринимательства чаще пользуются услугами банков. В течение последнего года они были востребованы у 72 % опрошенных. В страховые организации обращались 37 % респондентов, в микрофинансовые 23 %. К услугам кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов представители бизнеса прибегают меньше (17 и 15 % соответственно). Необходимо отметить, что юридические лица чаще, чем индивидуальные предприниматели, пользовались услугами страховых организаций (44 и 34 % соответственно).

По сравнению с замером 2022 г. снизилась доля предпринимателей, обратившихся за последний год в банки и страховые организации. При этом у представителей бизнеса чаще, чем в предыдущем году, были востребованы услуги кредитных потребительских кооперативов, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов и микрофинансовых организаций (рис 2.8).

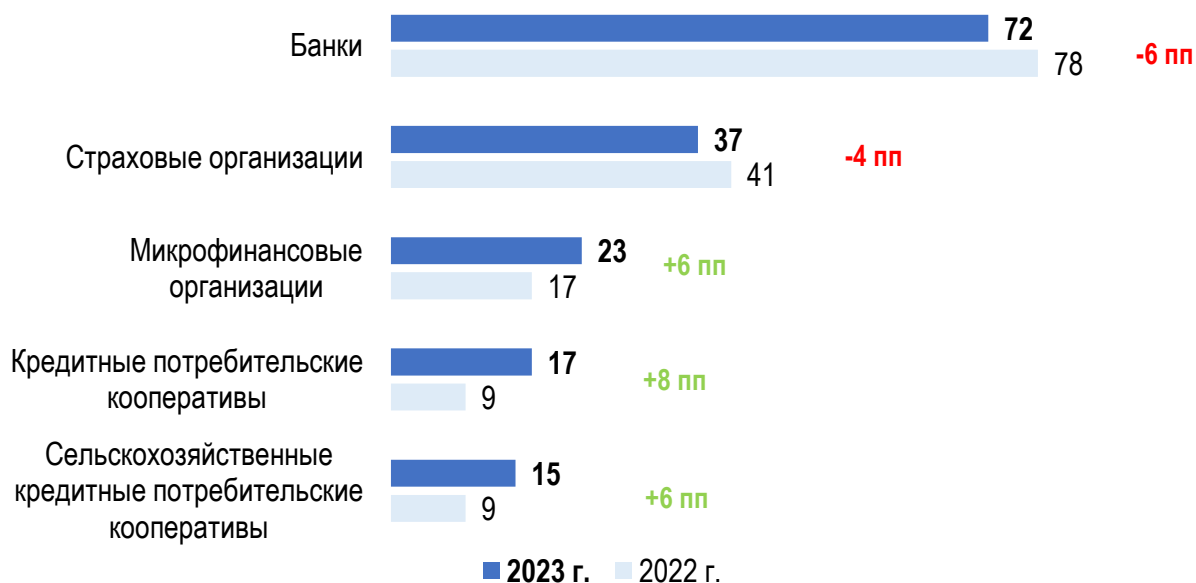


Рис. 2.8. Динамика доли субъектов малого и среднего предпринимательства, пользовавшихся услугами различных финансовых организаций в течение года, %

Значительная доля опрошенных в настоящее время продолжает пользоваться услугами банков (63 %) и страховых организаций (22 %). Услуги микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов в текущий момент мало востребованы у предпринимателей (рис. 2.9).



Рис. 2.9. Использование субъектами малого и среднего предпринимательства услуг различных финансовых организаций, %

Личное посещение организации остается у предпринимателей наиболее распространенным способом получения финансовых услуг при оформлении кредитов, займов (90 %), страховых услуг (83 %), а также обращении за сбережением и размещением свободных денежных средств (55 %). С целью совершения платежей лично организацию посещали 38 % респондентов.

Банкоматами, терминалами представители малого и среднего бизнеса в основном пользуются для получения платежных услуг (54 %) и сбережения, размещения свободных денежных средств (28 %).

Через личные кабинеты на сайтах финансовых организаций (интернет-банкинг) примерно каждый третий опрошенный совершал платежи (31 %).

Мобильные приложения наиболее популярны у предпринимателей для получения платежных услуг (68 %). К данному способу респонденты часто обращались для сбережения и размещения свободных денежных средств (45 %), мало его использовали для оформления кредитов и займов (16 %) (рис. 2.10).

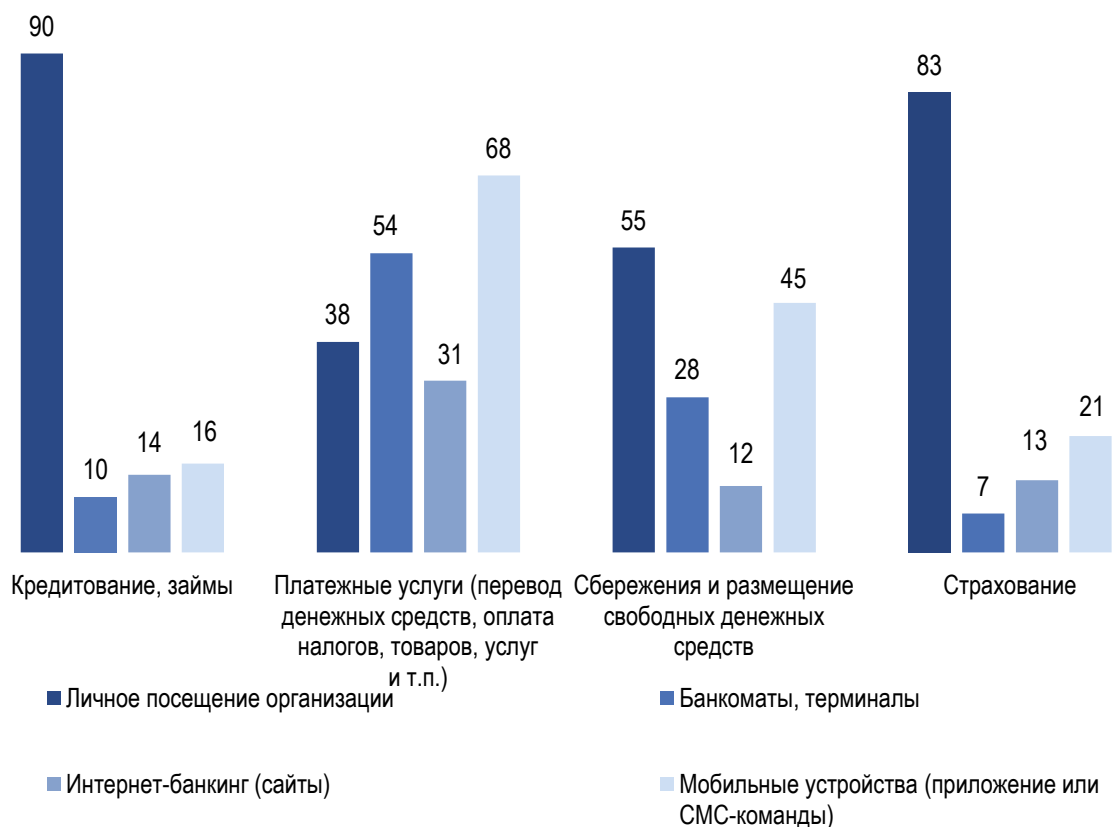


Рис. 2.10. Способы получения финансовых услуг субъектами малого и среднего предпринимательства, %

Представители бизнеса реже, чем в предыдущем году, лично посещали финансовые организации для оформления кредитов и займов, совершения платежей и получения услуг страхования. Доля предпринимателей, обра-

щавшихся посредством личного посещения за услугами по сбережению и размещению свободных денежных средств, увеличилась относительно зама-
ра 2022 г. на 7 пп (рис. 2.11). Вместе с тем субъекты малого и среднего биз-
неса стали больше использовать мобильные приложения для получения фи-
нансовых услуг (рис. 2.12).

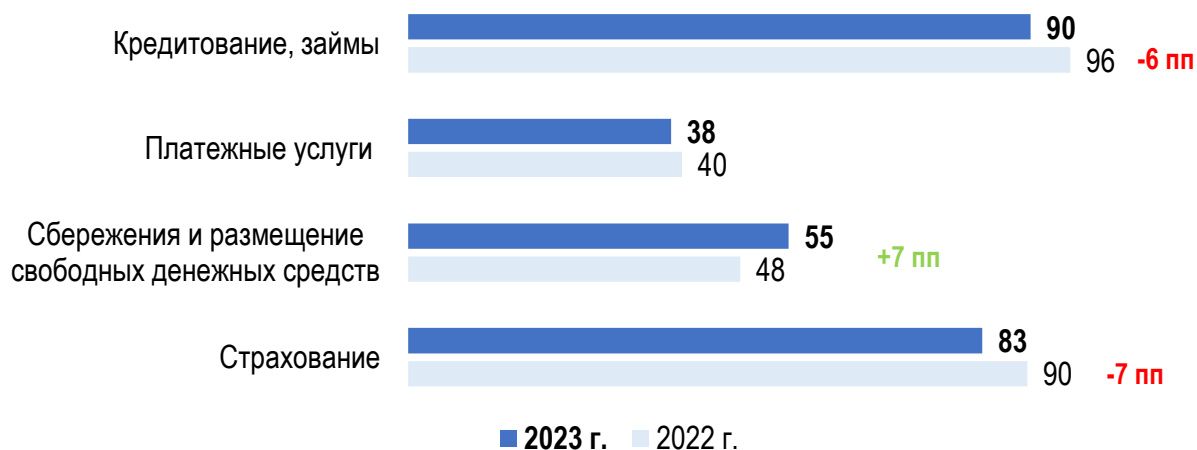


Рис. 2.11. Динамика доли субъектов малого и среднего предпринимательства, использовавших личное посещение организаций для получения финансовых услуг, %

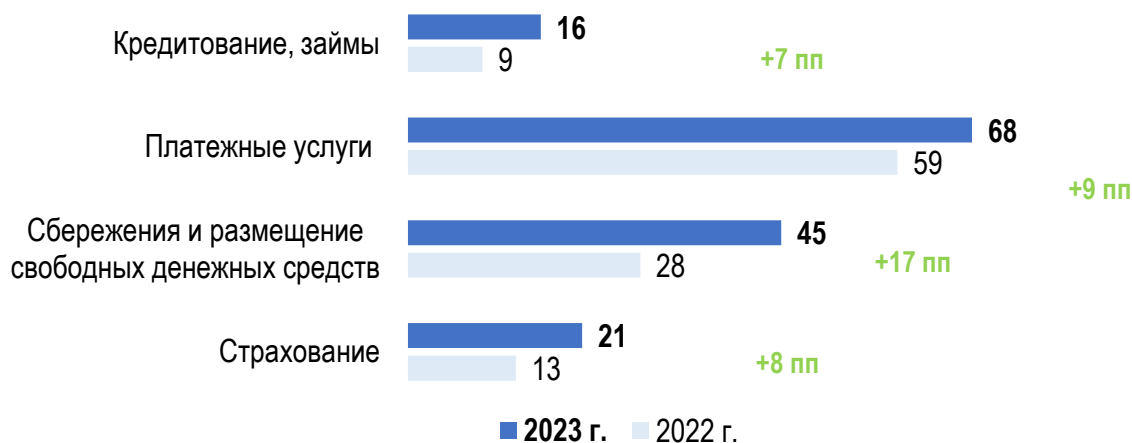


Рис. 2.12. Динамика доли субъектов малого и среднего предпринимательства, использовавших мобильные приложения для получения финансовых услуг, %

Большинство опрошенных предпринимателей не сталкивались с трудно-
стями при получении финансовых услуг (64 %). По сравнению с предыдущим
годом доля таких респондентов уменьшилась на 4 пп. Среди проблем предста-
вители бизнеса чаще отмечали навязывание финансовыми организациями до-
полнительных услуг (13 %), недостаток собственных денежных средств (9 %),
отдаленность расположения банкоматов, терминалов (8 %), неудовлетворитель-
ную стоимость финансовых продуктов и услуг (8 %), недостаток собственных
знаний, опыта (8 %) и информации об услуге (8 %) (рис. 2.13). При этом юриди-

ческие лица чаще, чем индивидуальные предприниматели, ссылались на отдаленность расположения банкоматов, терминалов (14 и 4 % соответственно). Необходимо отметить, что по сравнению с прошлым годом респонденты реже обращали внимание на длительные сроки и очереди при получении финансовых услуг (на 4 пп).



Рис. 2.13. Проблемы при получении субъектами малого и среднего предпринимательства финансовых услуг, %

В основном представители бизнеса отмечают снижение уровня административных барьеров при доступе к финансовым услугам за последние три года (29 %) или считают, что он не изменился (28 %). На повышение уровня барьеров указывают лишь 10 % опрошенных (рис. 2.14). Юридические лица чаще, чем индивидуальные предприниматели, обращают внимание на снижение их уровня (34 и 26 % соответственно). По сравнению с замером предыдущего года не наблюдается значимых изменений восприятия субъектами малого и среднего предпринимательства динамики уровня барьеров при доступе к финансовым услугам.

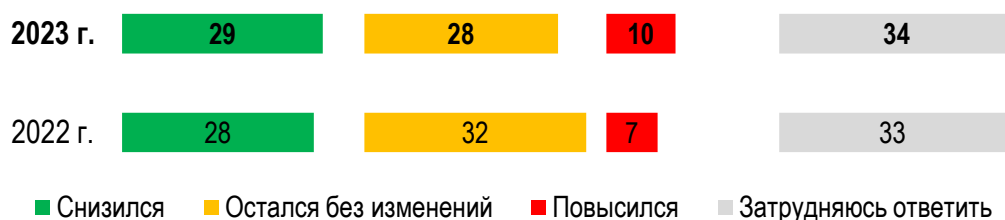


Рис. 2.14. Оценка динамики уровня барьеров при доступе субъектов малого и среднего предпринимательства к финансовым услугам за последние три года, %

В современных условиях развития финансового рынка важным фактором повышения доступности финансовых услуг для предпринимателей являются качественные финансовые знания.

Субъекты малого и среднего предпринимательства преимущественно оценивают свои знания, навыки и умения по управлению финансами как умеренные (69 %). Высокой и очень высокой считают свою финансовую грамотность 23 % опрошенных, у 7 % респондентов она низкая или отсутствует (рис. 2.15). По сравнению с предыдущим годом доля представителей бизнеса, обладающих умеренными финансовыми знаниями, увеличилась на 7 пп, при этом на 4 пп снизилась тех, кто декларирует низкий их уровень или отсутствие.

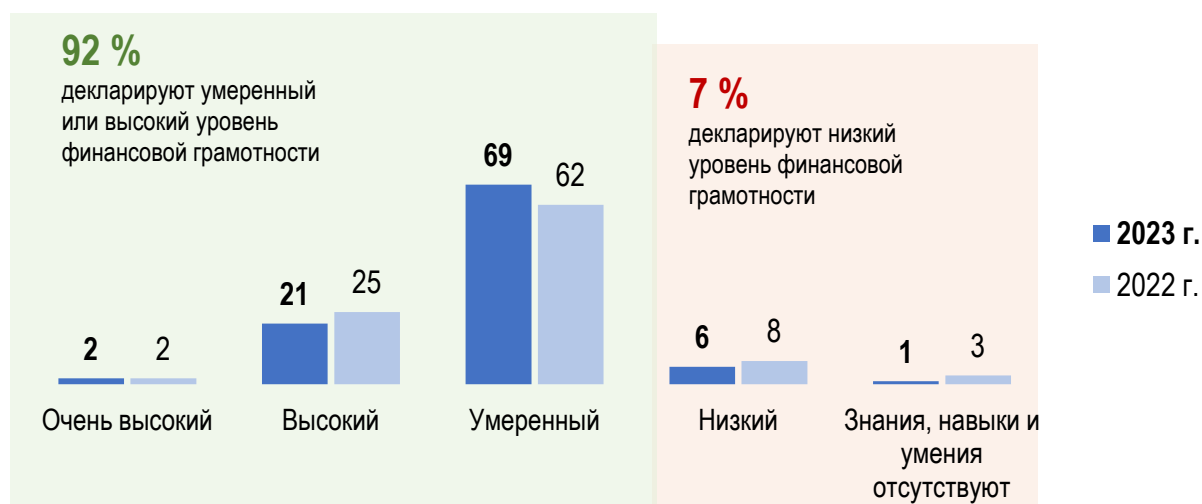


Рис. 2.15. Уровень финансовой грамотности субъектов малого и среднего предпринимательства, %

Высоким и очень высоким уровнем финансовой грамотности юридические лица обладают чаще, чем индивидуальные предприниматели (28 и 22 % соответственно). О таком уровне знаний преимущественно заявляли респонденты со стажем работы от 20 лет и более (29 %).

Заключение

Важнейшей задачей экономической политики России в условиях геополитической нестабильности является обеспечение сбалансированности на рынке финансовых услуг. Устойчивый финансовый рынок способствует экономическому росту, повышению уровня и качества жизни граждан, предоставляя возможность для домашних хозяйств и бизнеса использовать финансовые продукты, инструменты и услуги для решения своих жизненных задач, реализации деловых и личных планов. Ввиду того, что финансовый рынок страны развивается в условиях трансформационных процессов, он требует постоянного внимания органов государственной власти и проведения мониторинговых исследований.

Концентрация действующих компаний финансового сектора устраивает большинство жителей Республики Мордовия. По результатам проведенного исследования доля потребителей, положительно оценивающих возможность выбора и работу хотя бы одного из типов финансовых организаций, достигает плановых значений показателей, установленных Министерством экономического развития Российской Федерации на уровне 75 % от числа опрошенных.

Наиболее высоко респондентами оцениваются организации банковского сектора: позитивно отзываются об их доступности 77 %, довольны их работой 79 %. В годовой ретроспективе отношение к банкам не меняется, однако в отношении других тестируемых организаций действует правило: при сохранении показателей доступности, оценки их работы заметно снижаются. Наиболее остро это касается брокерских организаций, негосударственных пенсионных фондов и ломбардов.

Представители малого и среднего бизнеса склонны более позитивно, чем население оценивать возможность выбора и работу различных финансовых организаций в Республике Мордовия. Данные показатели в группе предпринимателей по всем рассматриваемым организациям существенно превышают (на 18—32 пп) плановые значения, установленные Министерством экономического развития Российской Федерации на уровне 65 % от числа опрошенных. Как и годом ранее, самый высокий уровень удовлетворенности работой финансовых организаций зафиксирован по отношению к банкам.

Почти все жители региона за последний год пользовались хотя бы одним финансовым продуктом и услугой, многие продолжают ими пользоваться. Наиболее востребованное решение — обслуживание зарплатных карт, далее располагаются денежные переводы и платежи. Слабый интерес у респонден-

тов вызывают услуги негосударственных пенсионных фондов, брокерские счета, автокредиты, микрозаймы, инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, доверительное управление) и индивидуальные инвестиционные счета.

Приобретаемые гражданами финансовые продукты и услуги оцениваются преимущественно положительно, при этом максимально высокие оценки характерны или для наиболее востребованных, таких как зарплатная карта, или для нишевых, таких как индивидуальный инвестиционный счет, решений. Лучше всего оцениваются их доступность, следом располагается качество. Наибольшие вопросы потребителей — к стоимости, что в действительности отражает скорее нестабильную социально-экономическую ситуацию, а не дороговизну большинства предлагаемых услуг.

Наиболее востребованным поставщиком финансовых услуг у предпринимателей являются банки, практически каждый третий опрошенный в течение года прибегал к услугам страхования, в меньшей степени респонденты пользовались услугами микрофинансовых организаций. По-прежнему на региональном рынке наблюдается низкий уровень популярности среди представителей бизнеса финансовых услуг потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов.

В большей мере пользуются спросом у предпринимателей платежные услуги, в том числе переводы денежных средств, оплата товаров, услуг и налогов. Далее по уровню значимости следуют страховые услуги и кредитные продукты, а также сбережения и размещение свободных денежных средств. Следует отметить, что по сравнению с прошлым годом представители малого и среднего бизнеса стали реже использовать рассматриваемые виды финансовых продуктов и услуг.

Предпринимателей чаще устраивает доступность и качество услуг, предоставляемых финансовыми организациями. Меньше положительных ответов встречается при оценке ими стоимости финансовых продуктов. Наибольшие оценки удовлетворенности субъектов малого и среднего предпринимательства по всем параметрам (стоимость, качество, доступность) получили платежные операции, наименьшие — кредитные продукты и займы. В годовой ретроспективе отмечается незначительное снижение уровня удовлетворенности представителей бизнеса качеством по всем видам финансовых услуг. При этом наблюдается позитивизация мнений предпринимателей относительно их стоимости.

Среди доминирующих форм взаимодействия населения с финансовыми организациями выделяются контактные способы — посредством банкоматов,

терминалов или личного посещения финансовых организаций. Несмотря на тотальную цифровизацию отрасли, получить необходимые финансовые продукты или услуги, не выходя из дома, для многих представляется неразрешимой задачей. При этом в годовой ретроспективе доля обращений в финансовые организации как контактными, так и дистанционным способом, снизилась.

Ввиду развития дистанционных способов обслуживания большинство финансовых услуг можно получать без посещения финансовых организаций. Основными их инструментами являются мобильное приложение и интернет-банк. Представители бизнеса посредством дистанционного взаимодействия с финансовыми организациями преимущественно получают платежные услуги. По сравнению с предыдущим годом значительно возросла востребованность мобильных приложений у субъектов малого и среднего предпринимательства для обращения за финансовыми услугами. Тем не менее, для оформления кредитов, займов, страховых продуктов, а также сбережения и размещения свободных денежных средств предприниматели чаще предпочитают традиционное взаимодействие с финансовой организацией офлайн.

Более половины опрошенного населения республики заявляет о наличии проблем при получении финансовых продуктов и услуг. Наиболее явная из них в текущем мониторинге — навязывание дополнительных услуг. При этом ситуация с недостатком знаний или ментальными барьерами постепенно выправляется, заметно нивелируются территориальные трудности. Важно отметить, что большинство опрошенных говорят об упрощении приобретения тех или иных решений.

Представители бизнеса в основном не имеют трудностей при обращении за финансовыми услугами. Явного барьера для доступа к ним выявлено не было. В большей мере респонденты указывали на навязывание финансовыми организациями дополнительных услуг. В динамике предприниматели отметили снижение уровня барьеров при доступе к финансовым услугам, также часто считали, что он не изменился.

В современных условиях развития финансового рынка растет потребность в качественном улучшении финансовых знаний. Расширение линейки финансовых продуктов, их усложнение, повышение роли индивидуальных пенсионных накоплений делают финансовую грамотность насущной потребностью граждан. Более высокий уровень финансовой грамотности повышает доступность финансовых услуг.

Собственная финансовая грамотность оценивается большей частью населения региона как средняя. В годовой ретроспективе ситуация остается стабильной, лишь незначительно повысилась доля негативных суждений. Наиболее заметные группы риска — пенсионеры и люди без высшего образования. Тем не менее необходимо отметить, что поскольку измерение финансовой грамотности базируется на основе самооценок, без дополнительных тестовых вопросов о том, насколько респонденты знают о тех или иных инструментах, в значительной степени показатель носит поверхностный характер.

Уровень своей финансовой грамотности считают умеренным большинство предпринимателей. Представители бизнеса обладают высокими компетенциями в области финансовых знаний значительно чаще, чем низкими. Необходимо отметить, что по сравнению с прошлым годом доля предпринимателей, имеющих слабые финансовые знания, снизилась и повысилась тех, у кого они умеренные.

На основании проведенного исследования можно сформулировать следующие рекомендации по развитию рынка финансовых услуг и повышению его доступности для потребителей и субъектов малого и среднего бизнеса региона:

- развитие дистанционных способов получения финансовых продуктов и услуг, повышение привлекательности использования приложений и сайтов для доступа к финансовым продуктам и услугам, расширение объема онлайн-сервисов, повышение безопасности пользователей;
- обеспечение финансовой доступности для территорий с недостаточным покрытием сетью Интернет, а также для граждан, которые не могут или не хотят пользоваться дистанционными каналами;
- снижение влияния ценового фактора на доступность финансовых продуктов и услуг, внедрение бонусных программ для обслуживания постоянных клиентов, льготных кредитных ставок;
- пересмотр административных регламентов оказания финансовых услуг, устранение лазеек для навязывания дополнительных предложений или введение обязательного информирования о возможности отказаться от сопутствующих решений;
- организация бесплатных обучающих курсов по рискогенным финансовым продуктам и услугам (индивидуальный инвестиционный счет, брокерский счет и т.д.).

— повышение уровня финансовой грамотности населения, в первую очередь среди потенциальных групп риска (пенсионеров и людей без высшего образования), а также субъектов малого и среднего бизнеса о предлагаемых финансовых продуктах и услугах, мошеннических действиях и противодействии им;

— повышение финансовых знаний школьников и студентов путем внедрения в учебные программы специальных дисциплин, разработка игровых и интерактивных курсов и пособий;

— развитие системы информационной поддержки населения, малого и среднего бизнеса, в том числе проведение вебинаров и подготовка специальных материалов, позволяющих клиентам лучше ориентироваться в финансовой сфере.

Одномерное распределение результатов социологического опроса населения «Удовлетворенность потребителей качеством товаров и услуг на рынках Республики Мордовия и состоянием ценовой конкуренции» относительно сферы финансовых услуг

Таблица 1

Оцените количество организаций, предоставляющих финансовые продукты и услуги (кредитование, страхование и т. д.)
(% от опрошенных)

Вариант ответа	%
Избыточно (много)	10,8
Достаточно	56,6
Мало	5,8
Нет совсем	3,0
Затрудняюсь ответить	23,8

Таблица 2

Приобретали ли Вы финансовые продукты и услуги (кредитование, страхование и т. д.)?
(% от опрошенных)

Вариант ответа	%
Да	26,6
Нет	73,4

Таблица 3

Насколько Вы удовлетворены следующими характеристиками финансовых продуктов и услуг (кредитование, страхование и т. д.)?
(% от тех, кто их приобретал)

Характеристика	Вариант ответа				
	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Цена	20,5	24,8	25,3	23,8	5,2
Качество	24,8	40,5	14,8	11,0	9,0
Ассортимент	27,1	36,2	13,8	10,0	12,9

Таблица 4

Как, по Вашему мнению, изменились следующие характеристики финансовых продуктов и услуг (кредитование, страхование и т.д.) за последние три года?
(% от тех, кто их приобретал)

Характеристика	Вариант ответа			
	Увеличение	Снижение	Изменения отсутствуют	Затрудняюсь ответить
Цена	63,8	2,4	23,8	10,0
Качество	16,2	15,7	53,8	14,3
Ассортимент	18,1	9,0	52,9	20,0

Таблица 5

Удовлетворены ли Вы возможностью выбора различных финансовых организаций?
(% от опрошенных)

Организация	Вариант ответа				
	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Банк	56,9	22,1	4,2	3,6	13,2
Микрофинансовая организация	27,4	12,0	4,5	6,1	49,9
Кредитный потребительский кооператив	23,7	11,4	3,4	6,1	55,5
Сельскохозяйственный кредитный потребительский кооператив	20,4	12,5	3,2	6,0	57,9
Ломбард	18,6	12,1	4,2	7,4	57,6
Страховая организация	29,8	18,7	5,8	5,6	40,1
Негосударственный пенсионный фонд	21,3	13,2	5,7	6,6	53,7
Брокерская организация	17,4	12,1	4,3	7,4	58,7

Таблица 6

**Удовлетворены ли Вы в целом работой различных
финансовых организаций?**
(% от опрошенных)

Организация	Вариант ответа				
	Удовле- творен	Скорее удовлетво- рен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудня- юсь отве- тить
Банк	53,5	23,4	4,7	3,8	14,6
Микрофинансовая организация	20,5	11,1	4,5	7,9	56,0
Кредитный потреби- тельский кооператив	19,4	10,6	3,7	6,2	60,2
Сельскохозяйствен- ный кредитный по- требительский коопе- ратив	17,1	11,5	3,7	6,0	61,7
Ломбард	14,7	11,1	4,2	7,3	62,7
Страховая организация	25,3	15,4	5,4	7,2	46,8
Негосударственный пенсионный фонд	17,4	12,0	4,3	6,7	59,6
Брокерская организация	14,3	10,8	4,2	7,5	63,2

Таблица 7

Какими из перечисленных финансовых продуктов и услуг Вы пользовались?*
(% от опрошенных)

Финансовый продукт / услуга	Пользовались в те- чение последних 12 месяцев	Продолжают пользоваться сейчас
Зарплатная карта, в том числе для начисления пенсий, стипендий и т.д.	80,3	77,8
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	27,1	21,8
Кредитная карта	20,0	15,8
Потребительский кредит	7,5	4,9
Ипотечный кредит	7,3	5,3
Автокредит	1,8	1,1
Банковские вклады	15,1	10,1
Денежные переводы и платежи	51,3	26,0
Микрозаймы	1,9	0,8
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	20,0	13,1
Услуги негосударственных пенсионных фондов	3,9	1,6
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, дове- рительное управление)	1,1	0,4
Брокерский счет	2,2	1,5
Индивидуальный инвестиционный счет	0,6	0,6

* Сумма ответов превышает 100 %, так как вопрос предполагал несколько вариантов ответа.

**Удовлетворены ли Вы ценой различных
финансовых продуктов и услуг?**
(% от тех, кто ими пользовался)

Финансовый продукт / услуга	Вариант ответа				
	Удовлетво- рен	Скорее удо- влетворен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудня- юсь отве- тить
Зарплатная карта, в том числе для начисления пен- сий, стипендий и т. д.	67,0	21,5	2,2	2,7	6,6
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	67,8	22,4	4,7	2,3	2,8
Кредитная карта	48,1	21,5	12,0	17,1	1,3
Потребительский кредит	25,4	23,7	23,7	27,1	—
Ипотечный кредит	20,7	20,7	22,4	32,8	3,4
Автокредит	42,9	28,6	7,1	21,4	0,0
Банковские вклады	40,3	20,2	21,0	10,1	8,4
Денежные пере- воды и платежи	62,7	24,4	4,7	3,2	4,9
Микрозаймы	33,3	20,0	13,3	33,3	0,0
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	32,9	24,1	20,9	20,9	1,3
Услуги негосударствен- ных пенсионных фондов	48,4	29,0	3,2	—	19,4
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, довери- тельное управле- ние)	33,3	22,2	22,2	11,1	11,1
Брокерский счет	52,9	29,4	17,6	—	—
Индивидуальный инвестиционный счет	42,9	28,6	28,6	—	—

**Удовлетворены ли Вы качеством различных
финансовых продуктов и услуг?**
(% от тех, кто ими пользовался)

Финансовый продукт / услуга	Вариант ответа				
	Удовлетво- рен	Скорее удо- влетворен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудня- юсь отве- тить
Зарплатная карта, в том числе для начисления пен- сий, стипендий и т. д.	68,5	22,5	2,4	1,4	4,9
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	69,2	27,1	1,4	0,9	1,4
Кредитная карта	59,5	24,7	6,3	5,7	3,8
Потребительский кредит	44,1	32,2	11,9	8,5	3,4
Ипотечный кредит	31,0	44,8	8,6	8,6	6,9
Автокредит	64,3	28,6	0,0	0,0	7,1
Банковские вклады	44,5	27,7	14,3	2,5	10,9
Денежные пере- воды и платежи	68,6	24,4	1,7	1,2	4,0
Микрозаймы	40,0	26,7	—	26,7	6,7
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	48,7	32,3	7,0	7,6	4,4
Услуги негосу- дарственных пенсионных фондов	54,8	25,8	6,5	3,2	9,7
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, довери- тельное управле- ние)	22,2	22,2	33,3	11,1	11,1
Брокерский счет	41,2	41,2	5,9	5,9	5,9
Индивидуальный инвестиционный счет	42,9	42,9	—	—	14,2

**Удовлетворены ли Вы доступностью различных
финансовых продуктов и услуг?**
(% от тех, кто ими пользовался)

Финансовый продукт / услуга	Вариант ответа				
	Удовлетво- рен	Скорее удо- влетворен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудня- юсь отве- тить
Зарплатная карта, в том числе для начисления пен- сий, стипендий и т. д.	70,5	21,8	2,2	0,6	4,9
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	73,4	22,9	1,4	0,5	1,9
Кредитная карта	63,9	24,7	4,4	3,2	3,8
Потребительский кредит	50,8	30,5	13,6	5,1	—
Ипотечный кредит	39,7	32,8	12,1	6,9	8,6
Автокредит	71,4	21,4	0,0	0,0	7,1
Банковские вклады	55,5	28,6	4,2	2,5	9,2
Денежные пере- воды и платежи	71,1	23,5	1,0	0,5	4,0
Микрозаймы	60,0	26,7	—	6,7	6,7
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	53,8	33,5	3,8	5,7	3,2
Услуги негосу- дарственных пенсионных фондов	54,8	29,0	3,2	3,2	9,7
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, довери- тельное управле- ние)	44,4	44,4	—	—	11,1
Брокерский счет	52,9	35,3	5,9	—	5,9
Индивидуальный инвестиционный счет	42,9	42,9	—	—	14,2

Таблица 11

Какие способы получения финансовых продуктов и услуг Вы использовали?*
(% от тех, кто ими пользовался)

Вариант ответа	%
Личное посещение организации	56,0
Банкоматы, терминалы	68,3
Специализированное приложение для планшета или смартфона	39,3
Сайт для компьютера или ноутбука	11,9
Сайт для планшета или смартфона	9,3
СМС-команды на короткий номер	8,0
Другое	1,7

*Сумма ответов превышает 100 %, так как вопрос предполагал несколько вариантов ответа.

Таблица 12

Какие трудности, по Вашему мнению, существуют при получении финансовых продуктов и услуг?*
(% от тех, кто ими пользовался)

Вариант ответа	%
Длительные сроки получения, очереди	11,5
Навязывание дополнительных услуг	35,0
Недоверие к финансовым организациям	13,3
Недостаток информации об услуге	11,3
Недостаток собственных денежных средств	21,7
Недостаток собственных знаний и опыта	16,0
Неудовлетворительная стоимость, цена	15,2
Отдаленность расположения банкоматов, терминалов	9,4
Отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций	5,7
Отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги	2,2
Отсутствие консультационной поддержки в организации	3,6
Сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов	5,3
Трудности отсутствуют	39,6
Другое	1,5
Не пользовался	0,6

*Сумма ответов превышает 100 %, так как вопрос предполагал несколько вариантов ответа.

Таблица 13

**Как Вы считаете, воспользоваться финансовыми продуктами
и услугами сегодня стало проще, чем три года назад?**
(% от опрошенных)

Вариант ответа	%
Да	36,8
Скорее да	38,2
Скорее нет	4,3
Нет	3,3
Затрудняюсь ответить	17,4

Таблица 14

Как Вы оцениваете уровень своих финансовых знаний?
(% от опрошенных)

Вариант ответа	%
Очень высокий	1,8
Высокий	10,4
Умеренный	54,3
Низкий	19,2
Знания отсутствуют	3,8
Затрудняюсь ответить	10,5

**Одномерное распределение результатов социологического опроса
субъектов малого и среднего предпринимательства «Оценка
предпринимательским сообществом состояния конкурентной среды
в Республике Мордовия» относительно сферы финансовых услуг**

Таблица 1

**Услугами каких финансовых организаций
Вы пользовались за последний год?**
(% от опрошенных)

Организация	Пользуюсь в настоящее время	Не пользуюсь в настоящее время, но пользовался за последний год	Не пользовался за последний год
Банки	63,1	8,6	28,3
Микрофинансовые организации	5,9	16,6	77,6
Кредитные потребительские кооперативы	2,4	14,5	83,1
Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	2,1	13,4	84,5
Страховые организации	22,4	14,8	62,8

Таблица 2

Удовлетворены ли Вы работой следующих финансовых организаций?
(% от тех, кто обращался в данные организации)

Организация	Вариант ответа				
	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Банки	73,6	23,6	1,7	—	1,1
Микрофинансовые организации	60,0	36,0	4,0	—	—
Кредитные потребительские кооперативы	70,0	20,0	10,0	—	—
Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	66,7	16,7	16,7	—	—
Страховые организации	59,7	30,6	4,2	5,6	—

Таблица 3

**Удовлетворены ли Вы возможностью выбора
финансовых организаций в Республике Мордовия?**
(% от тех, кто обращался в данные организации)

Организация	Вариант ответа				
	Удовле- творен	Скорее удовле- творен	Скорее не удовлетво- рен	Не удо- влетворен	Затруд- няюсь ответить
Банки	68,1	22,3	4,8	4,2	0,6
Микрофинансовые организации	57,7	38,5	—	—	3,8
Кредитные потребитель- ские кооперативы	44,4	44,4	—	11,1	—
Сельскохозяйственные кредитные потребитель- ские кооперативы	50,0	33,3	—	—	16,7
Страховые организации	62,3	27,5	5,8	4,3	—

Таблица 4

**Удовлетворены ли Вы удобством расположения
финансовых организаций в Республике Мордовия?**
(% от тех, кто обращался в данные организации)

Организация	Вариант ответа				
	Удовле- творен	Скорее удовле- творен	Скорее не удовлетво- рен	Не удо- влетворен	Затруд- няюсь ответить
Банки	69,2	24,5	3,8	1,3	1,3
Микрофинансовые организации	65,2	21,7	8,7	4,3	—
Кредитные потребитель- ские кооперативы	50,0	50,0	—	—	—
Сельскохозяйственные кредитные потребитель- ские кооперативы	75,0	25,0	—	—	—
Страховые организации	66,2	30,8	1,5	1,5	—

Таблица 5

Получали ли Вы следующие финансовые услуги?
(% от опрошенных)

Услуга	Вариант ответа	
	Да	Нет
Кредитование, займы	29,7	70,3
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	72,4	27,6
Сбережения и размещение свободных денежных средств	20,7	79,3
Страхование	32,4	67,6

Таблица 6

Насколько Вы удовлетворены доступностью финансовых услуг?
(% от тех, кто получал данные услуги)

Услуга	Вариант ответа				
	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Кредитование, займы	61,2	25,9	5,9	3,5	3,5
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	84,0	15,0	0,5	—	0,5
Сбережения и размещение свободных денежных средств	70,0	23,3	1,7	1,7	3,3
Страхование	74,2	22,6	2,2	1,1	—

Таблица 7

Насколько Вы удовлетворены стоимостью финансовых услуг?
(% от тех, кто получал данные услуги)

Услуга	Вариант ответа				
	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Кредитование, займы	19,5	34,1	25,6	17,1	3,7
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	63,2	24,4	8,5	3,5	0,5
Сбережения и размещение свободных денежных средств	49,1	36,8	12,3	—	1,8
Страхование	41,3	34,8	15,2	8,7	—

Таблица 8

Насколько Вы удовлетворены качеством финансовых услуг?
(% от тех, кто получал данные услуги)

Услуга	Вариант ответа				
	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Кредитование, займы	45,9	43,2	4,1	1,4	5,4
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	74,2	21,0	2,2	0,5	2,2
Сбережения и размещение свободных денежных средств	60,4	30,2	3,8	—	5,7
Страхование	59,3	32,6	5,8	1,2	1,2

Таблица 9

Какие способы получения финансовых услуг Вы использовали?*
(% от тех, кто получал данные услуги)

Услуга	Вариант ответа			
	Личное посещение организации	Банкоматы, терминалы	Интернет-банкинг (сайты)	Мобильные устройства (приложение или СМС-команды)
Кредитование, займы	90,0	10,0	13,8	16,3
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	38,1	54,3	30,5	68,1
Сбережения и размещение свободных денежных средств	55,0	28,3	11,7	45,0
Страхование	83,0	7,4	12,8	21,3

*Сумма ответов превышает 100 %, так как вопрос предполагал несколько вариантов ответа.

Таблица 10

С какими трудностями Вы сталкивались при получении финансовых услуг?*
(% от опрошенных)

Вариант ответа	%
Отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций	7,2
Отдаленность расположения банкоматов, терминалов	8,3
Недостаток информации об услуге	7,6
Отсутствие консультационной поддержки в организации	4,1
Недостаток собственных знаний и опыта	7,9
Отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги	2,4
Сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов	4,1
Длительные сроки получения, очереди	2,1
Недоверие к финансовым организациям	5,2
Недостаток собственных денежных средств	9,3
Неудовлетворительная стоимость, цена	7,9
Навязывание дополнительных услуг	13,1
С трудностями не сталкивался	64,1
Другое	0,3

*Сумма ответов превышает 100 %, так как вопрос предполагал несколько вариантов ответа.

Таблица 11

**Как, на Ваш взгляд, изменился за последние три года уровень барьеров
при доступе к финансовым услугам?**
(% от опрошенных)

Вариант ответа	%
Повысился	10,0
Остался без изменений	27,6
Снизился	28,6
Затрудняюсь ответить	33,8

Таблица 12

**Оцените свою финансовую грамотность:
знания, навыки и умения по управлению финансами?**
(% от опрошенных)

Вариант ответа	%
Очень высокая	2,4
Высокая	21,4
Умеренная	69,3
Низкая	5,9
Знания, навыки и умения отсутствуют	1,0