

Министерство экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия

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

Мониторинг рынка финансовых услуг

Аналитическая записка, показатели



2022



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

Редактор *Л. В. Калачина*
 Макет *Л. Ю. Максимовой*

Подписано в печать 26.10.2022. Усл. печ. л. 2,13. Тираж 5 экз. Заказ 64.

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 по теме «Мониторинг рынка финансовых услуг» проведен репрезентативный опрос 790 потребителей и опрос 271 предпринимателя — представителей малого и среднего бизнеса. Использована комбинированная методика, сочетающая F2F- и CAWI-опросы.
- 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 2022 г., предпринимателей — в марте — июне 2022 г.

Введение

В рамках реализации Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации ежегодно проводится мониторинг состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг. Важной частью мониторинга является изучение мнений населения и субъектов малого и среднего предпринимательства относительно их удовлетворенности деятельностью 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 23 декабря 2021 г. № 728-РГ);

— 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 2022 г., отбор потребителей осуществлен в соответствии с квотами по полу, возрасту и месту проживания, $N = 790$ респондентов);

— результаты опроса субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия (март — июнь 2022 г., отбор предпринимателей осуществлен по принадлежности к товарным рынкам, определенным Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации в качестве приоритетных для развития конкуренции, $N = 271$ респондент).

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 в результате CAWI-опроса (сокр. англ. *computer assisted web interviewing* — компьютерное веб-интервью), 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 прямого контакта с предпринимателями использован традиционный F2F-опрос (сокр. англ. *face to face* — 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

Региональный рынок финансовых продуктов и услуг, несмотря на отсутствие собственной банковской системы, — один из наиболее развитых в целом по стране. Республика Мордовия входит в топ-10 субъектов Российской Федерации по количеству учреждений банков в расчете на 1 млн жителей, а среди регионов Приволжского федерального округа занимает первое место. По данным Банка России, на 1 июля 2022 г. в регионе насчитывается 201 учреждение банковской системы, из которых 198 приходятся на дополнительные офисы¹.

Высокая плотность организаций, представляющих финансовые продукты и услуги, сказывается на субъективном восприятии их количества населением. Об избыточном количестве подобного рода учреждений заявляет каждый десятый респондент (9 %), более половины (55 %) признает их число достаточным. Выраженная их нехватка декларируется в 11 % случаев. Четверть опрошенных (26 %) затрудняется с ответом, что, по всей видимости, связано с отсутствием опыта использования финансовых продуктов и услуг. Примечательно, что показатели относительно устойчивы в годовой ретроспективе (рис. 1.1).

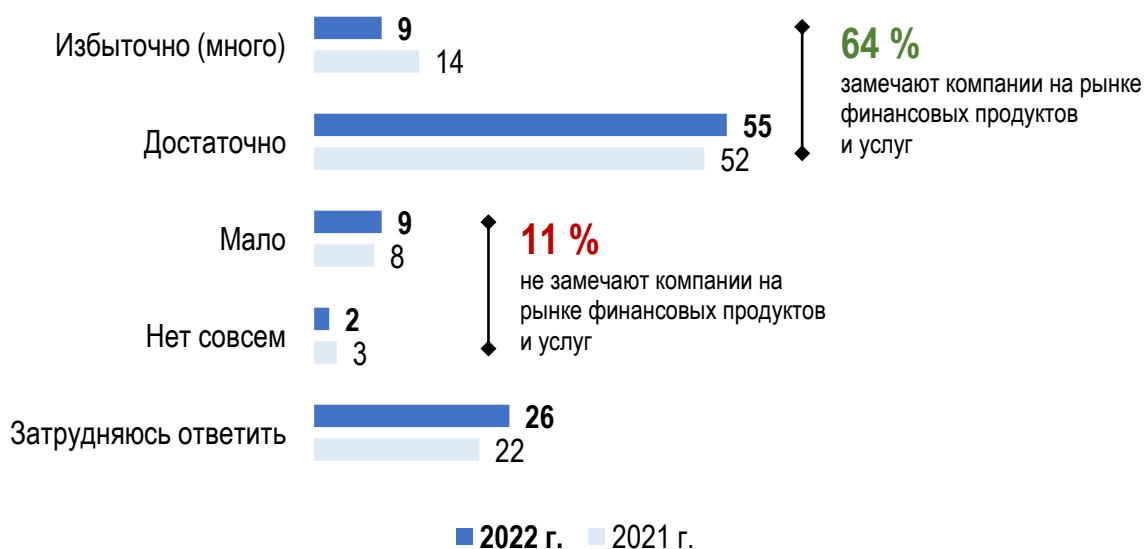


Рис. 1.1. Концентрация компаний на рынке финансовых продуктов и услуг (кредитование, страхование и т. д.), %

¹ См.: Институциональная обеспеченность платежными услугами в территориальном разрезе — 2022 г. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/40862/T1_2022.xls (дата обращения: 11.10.2022).

Наиболее высокий уровень удовлетворенности населения возможностью выбора различных финансовых организаций в Республике Мордовия наблюдается по отношению к банковскому сектору (74 %). Примерно каждый второй опрошенный (46 %) доволен числом страховых организаций. Далее располагаются микрофинансовые организации (37 %), негосударственные пенсионные фонды (36 %), кредитные потребительские кооперативы (35 %), сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы (33 %), брокерские организации (31 %) и ломбарды (31 %), восприятие которых, по всей видимости, слабо дифференцировано (рис. 1.2).



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

По сравнению с прошлым годом фиксируется снижение удовлетворенности возможностью выбора в отношении практически всех тестируемых финансовых организаций. Наиболее существенная негативная динамика — у банков (–6 пп), страховых организаций (–6 пп), микрофинансовых организаций (–4 пп) и негосударственных пенсионных фондов (–4 пп).

Ни по одному из указанных типов финансовых организаций не сформировано устойчивое негативное отношение относительно возможности их выбора — уровень неудовлетворенности варьируется от 11 до 18 %. Часто респонденты практически ничего не знают об их деятельности: затрудняются

оценить возможность выбора банков 14 %, других финансовых организаций — от 37 до 52 %.

Доля респондентов, удовлетворенных работой хотя бы одного из типов тестируемых финансовых организаций, составляет 75 %. Наиболее высоко оцениваются банки (73 %), следом с большим отрывом располагаются страховые организации (45 %). Большую группу, где показатели удовлетворенности практически не отличаются между собой, образуют микрофинансовые организации (36 %), негосударственные пенсионные фонды (35 %), кредитные потребительские кооперативы (34 %), сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы (33 %), брокерские организации (32 %) и ломбарды (32 %) (рис. 1.3). Показательно, что в подавляющем большинстве случаев положительно относятся к ним одни и те же респонденты, т. е. действует общее правило — если человек доволен работой, например ломбарда, то с высокой долей вероятности он будет позитивно настроен к деятельности негосударственных пенсионных фондов.



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

В годовой ретроспективе существенных различий в оценках не наблюдается. Единственная статистически значимая тенденция — увеличение доли позитивных отзывов о работе брокерских организаций (+5 пп). Вероятно, определенные категории людей вовлекаются в их деятельность, что стоит

рассматривать как один из признаков повышения финансовой грамотности населения в целом.

Коридор негативных оценок работы различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия не является широким: от 11 до 14 % жителей в той или иной степени заявляют о своем недовольстве. Как и в предыдущем случае, обращает на себя внимание большое количество тех, кто затрудняется со своим ответом или же предпочитает не отвечать на вопрос (16 % — в отношении банков, от 48 до 54 % — остальных финансовых организаций).

Примерно каждый четвертый опрошенный (27 %) приобретал за последний год финансовые продукты и услуги (кредитование, страхование и т. д.). По сравнению с результатами предыдущего исследования их востребованность практически не изменилась (сокращение составило 3 пп, что не превышает пределов допустимой погрешности измерения). Большинство респондентов (68 %) в среднем декларируют высокий или скорее высокий уровень удовлетворенности различными характеристиками, за год показатель увеличился на 3 пп. Наиболее высоко оценивается качество предоставляемых услуг (77 % опрошенных довольны характеристикой), существенно ниже — их стоимость (57 %) (рис. 1.4).

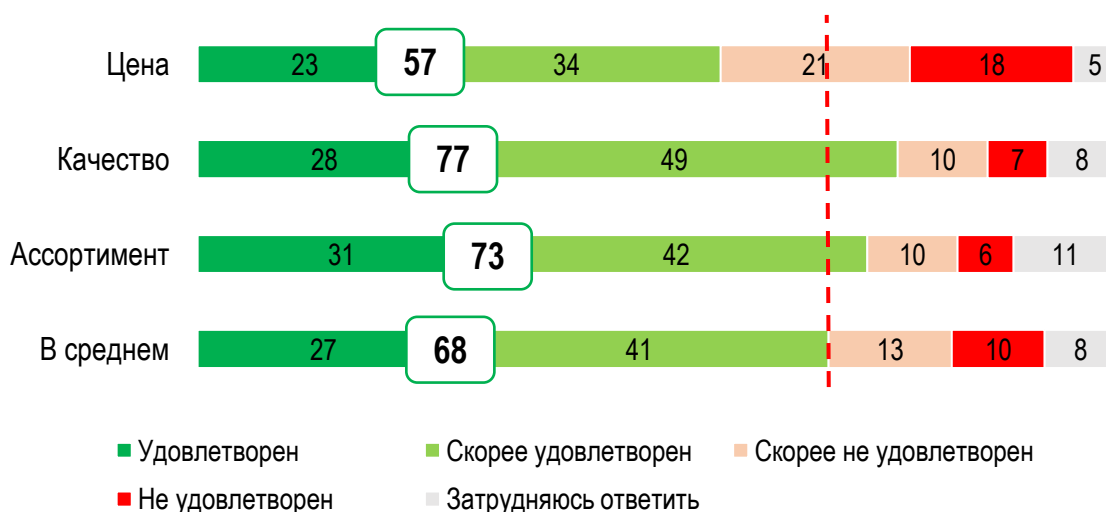


Рис. 1.4. Удовлетворенность различными характеристиками (цена, качество, ассортимент) финансовых продуктов и услуг (кредитование, страхование и т. д.), %

В течение последних трех лет, по словам респондентов, фиксируется рост цен на финансовые продукты и услуги (кредитование, страхование и т. д.) — об этом заявляет более половины опрошенных (55 %). Еще 26 % не видят серьезных изменений. Вероятно, стоимость — один из наиболее существенных сдерживающих факторов в использовании подобного рода предложений.

В отношении качества и ассортимента на рынке финансовых продуктов и услуг превалирует мнение, что за последние три года их динамика отсутствует (58 и 51 % соответственно). Доли позитивных и негативных оценок в обоих случаях практически уравнивают друг друга (рис. 1.5).

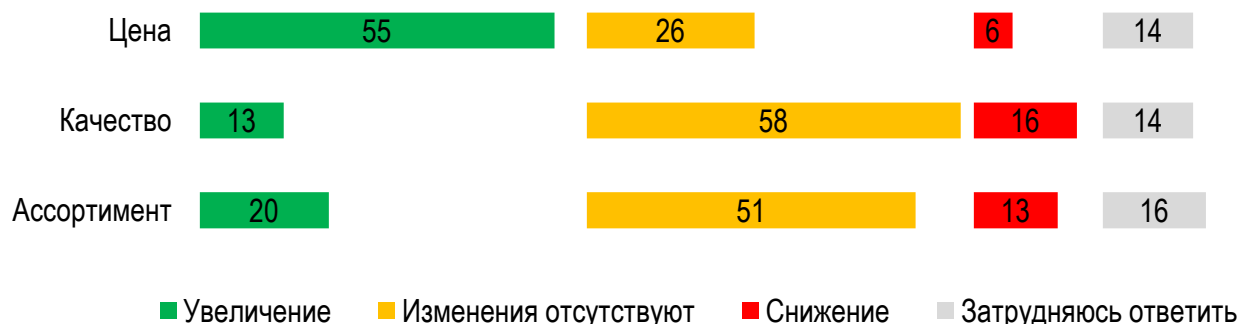


Рис. 1.5. Динамика различных характеристик (цена, качество, ассортимент) финансовых продуктов и услуг (кредитование, страхование и т.д.) за последние три года, %

Эффективное функционирование бизнеса невозможно без тесной взаимосвязи с финансовыми организациями. Результаты проведенного исследования среди субъектов малого и среднего предпринимательства свидетельствуют о высоких оценках удовлетворенности представителей бизнес-сообщества республики деятельностью организаций в сфере оказания финансовых услуг.

Так, субъекты малого и среднего бизнеса довольно высоко оценивают возможность выбора различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия. Уровень их удовлетворенности, превышающий плановые показатели Министерства экономического развития Российской Федерации, установленные на уровне 65 %², фиксируется по всем типам финансовых организаций. В частности, по отношению к сельскохозяйственным кредитным потребительским кооперативам он составляет 100 %, банковскому сектору — 95 %, страховым организациям — 92 %, микрофинансовым — 90 %, кредитным потребительским кооперативам — 75 % (рис. 1.6).

Вместе с тем четверть (25 %) респондентов считает возможность выбора кредитных потребительских кооперативов неудовлетворительной. По другим типам организаций доля таких оценок варьируется от 3 до 10 %.

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 прошлым годом отмечается увеличение уровня удовлетворенности предпринимателей возможностью выбора микрофинансовых организаций — на 10 пп, страховых организаций — на 8 пп, банковских учреждений — на 6 пп, кредитных потребительских кооперативов — на 3 пп. По-прежнему на максимально высоком уровне фиксируется удовлетворенность респондентов возможностью выбора сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов — 100 %.

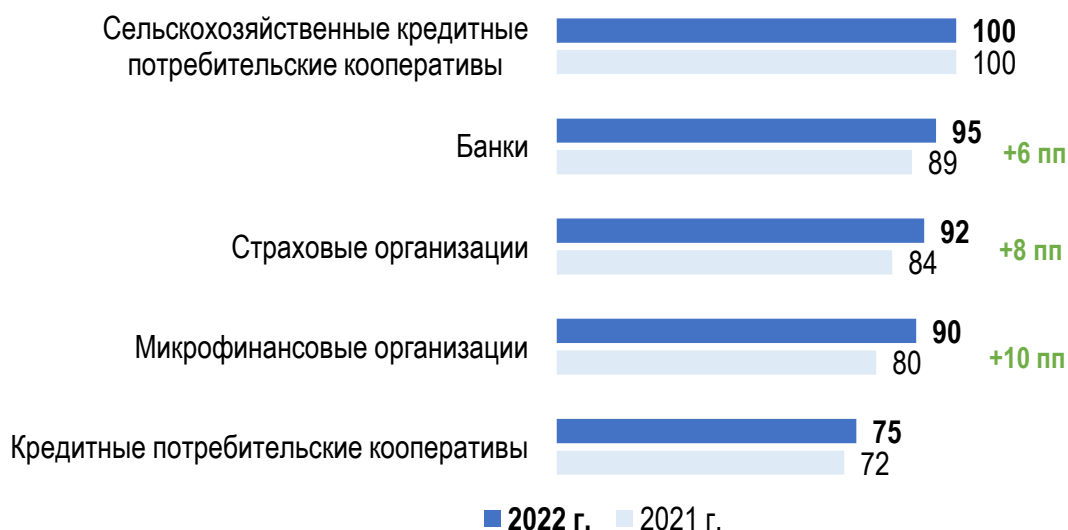


Рис. 1.6. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства возможностью выбора различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

Как показывает практика, целесообразность выбора различных типов финансовых организаций зависит не только от интенсивности рекламной компании, но и от удобства расположения их офисов для потенциальных клиентов. Несомненно, что для представителей бизнеса, как потребителей банковских услуг, важным фактором выбора той или иной финансовой организации является удобство расположения ее офиса или филиала.

Субъекты малого и среднего предпринимательства достаточно высоко оценивают удобство расположения большинства финансовых организаций региона — уровень удовлетворенности варьируется от 89 до 100 % (рис. 1.7). Высокая оценка размещения локальных точек обслуживания финансовых организаций связана прежде всего с развитием городских агломераций региона и ростом предложения объектов недвижимости для их потенциального расположения. По сравнению с 2021 г. фиксируется увеличение уровня удовлетворенности удобством расположения кредитных потребительских кооперативов (на 14 пп), банков (на 4 пп), страховых (на 3 пп) и микрофинансовых

(на 1 пп) организаций. Как и в предыдущем замере, на максимально высоком уровне отмечается удовлетворенность респондентов возможностью выбора сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов — 100 %.

Коридор негативных оценок по поводу удобства расположения различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия не является широким: от 5 до 11 % предпринимателей в разной степени дают неудовлетворительные ответы.

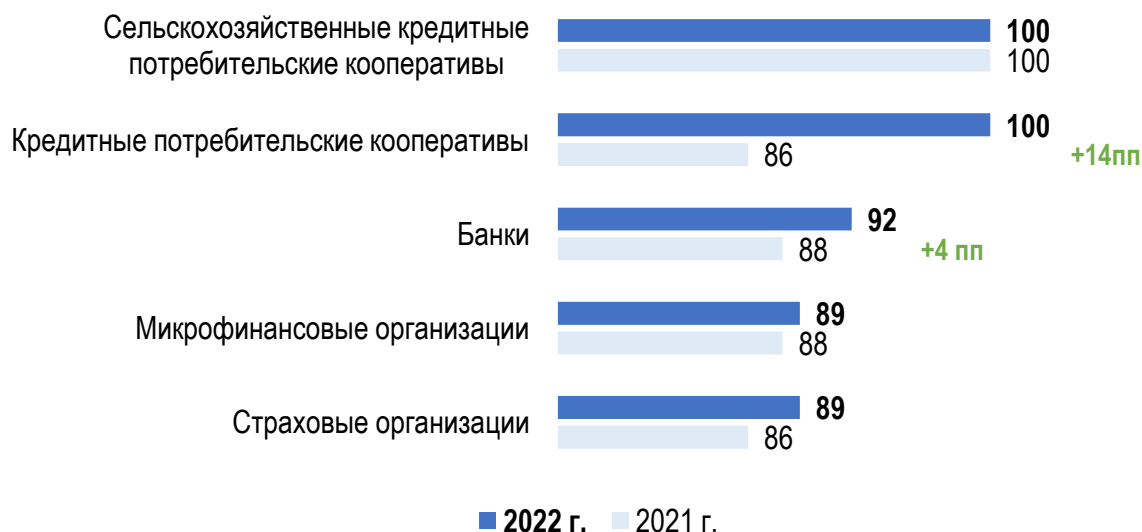


Рис. 1.7. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства удобством расположения различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

Схожая ситуация отмечается в отношении оценок предпринимателей по поводу работы различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия. Высокий уровень удовлетворенности, превышающий плановые показатели Министерства экономического развития Российской Федерации, установленные на уровне 65 %³, наблюдается по всем типам финансовых организаций. Он составляет по отношению к банковскому сектору 96 %, микрофинансовым организациям — 94 %, страховым организациям — 93 %, кредитным потребительским и сельскохозяйственным кредитным потребительским кооперативам — 86 и 75 % соответственно (рис. 1.8).

По сравнению с прошлым годом рост уровня удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности фиксируется в отношении работы банков (на 3 пп) и страховых организаций (на 4 пп). Снижение данного пока-

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.

зателя за анализируемый период отмечается по сельскохозяйственным кредитным и кредитным потребительским кооперативам (на 25 и 2 пп соответственно), микрофинансовым организациям (на 6 пп).

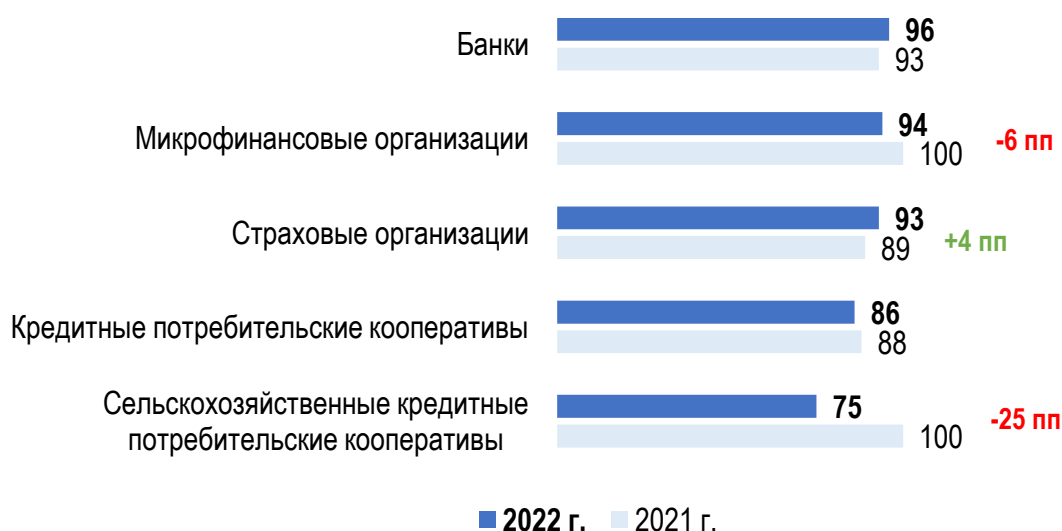


Рис. 1.8. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства работой различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

Негативные оценки предпринимателей по поводу работы различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия наблюдаются в диапазоне от 3 до 14 %. В целом невысокий уровень неудовлетворительных оценок может свидетельствовать о том, что деятельность сельскохозяйственных кредитных и кредитных потребительских кооперативов, микрофинансовых и страховых организаций, а также банковского сектора направлена не только на рост собственных финансовых активов, но и на реальную помощь в развитии малого и среднего бизнеса.

Наиболее востребованными среди представителей малого и среднего предпринимательства являются платежные услуги, в том числе переводы денежных средств, оплата товаров, услуг и налогов (80 %). Далее располагаются страховые услуги (35 %) и кредитные продукты (35 %), сбережения и размещение свободных денежных средств (28 %) (рис. 1.9). Следует отметить, что по сравнению с прошлым годом предприниматели стали чаще использовать платежные услуги и сбережения, размещение свободных денежных средств (увеличение на 4 и 5 пп соответственно).

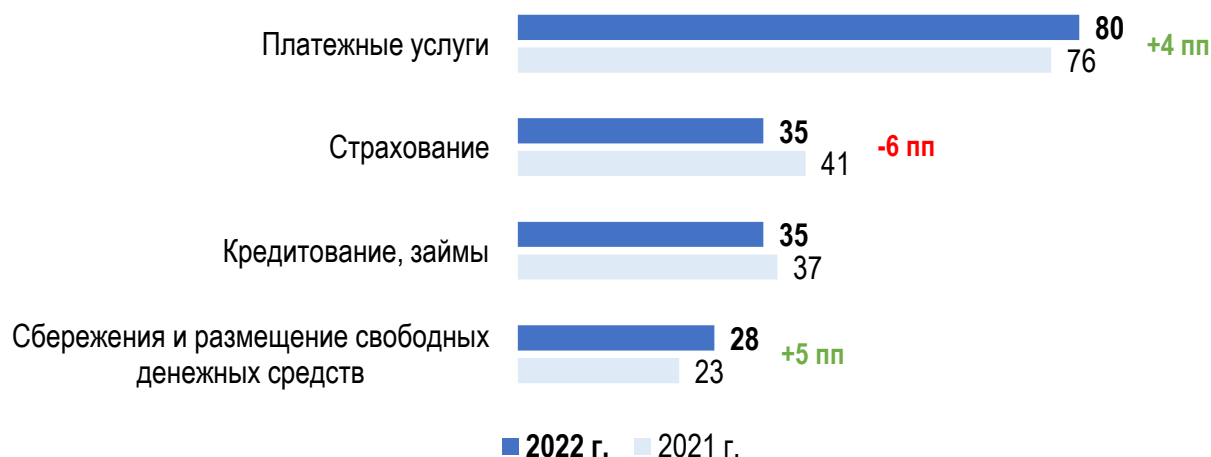


Рис. 1.9. Наиболее востребованные среди субъектов малого и среднего предпринимательства финансовые продукты и услуги, %

Удовлетворенность предпринимателей различными финансовыми продуктами и услугами оценивалась по таким характеристикам, как стоимость, качество, доступность.

Наибольший уровень удовлетворенности представителей бизнеса относительно стоимости финансовых услуг зафиксирован по платежам (84 %) (рис. 1.10). В то же время каждый второй предприниматель (49 %) не удовлетворен стоимостью услуг кредитования и займов.

По сравнению с прошлым годом отмечается повышение уровня удовлетворенности субъектов предпринимательской деятельности стоимостью услуг страхования (на 11 пп), сбережения и размещения свободных денежных средств (на 10 пп) и платежных услуг (на 3 пп). В годовой ретроспективе незначительное снижение данного показателя наблюдалось только по услугам кредитования и займов (на 1 пп).

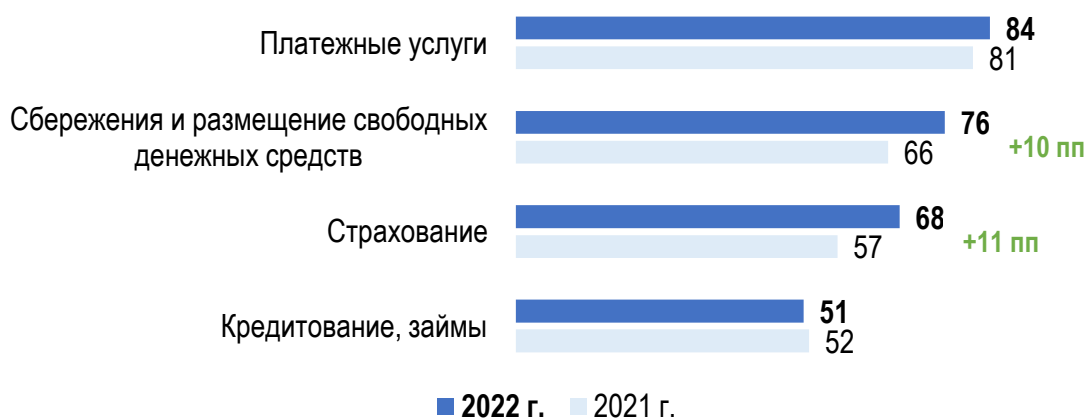


Рис. 1.10. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства стоимостью финансовых услуг, % от тех, кто получал данные услуги

Одной из первоочередных задач в условиях цифровизации экономики является повышение качества финансовых услуг для бизнес-сообщества. Прежде всего речь идет о создании системы бесперебойного и безопасного предоставления финансовых услуг, о доверии к финансовым институтам и предоставляемым ими услугам.

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 (97 %). Далее следуют сбережения и размещение свободных денежных средств (95 %), страхование (94 %) и кредитование, займы (93 %) (рис. 1.11).

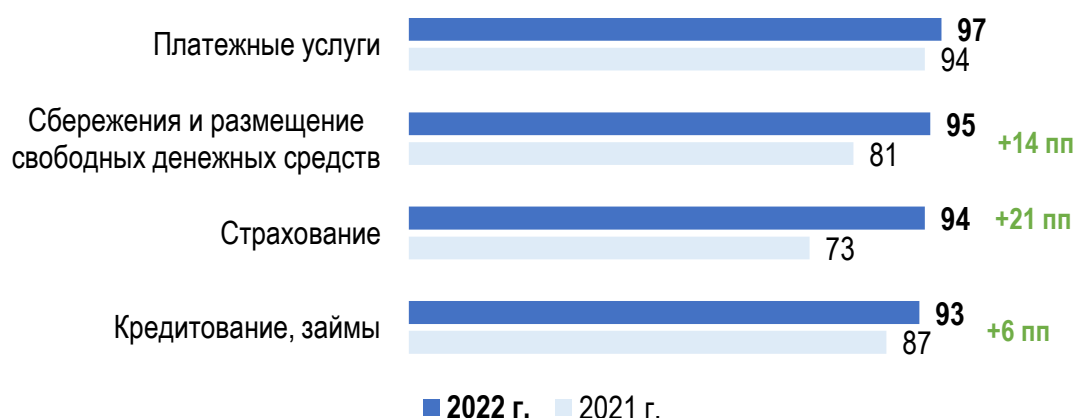


Рис. 1.11. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства качеством финансовых услуг, % от тех, кто получал данные услуги

По сравнению с прошлым годом наблюдается повышение уровня удовлетворенности качеством всех рассматриваемых финансовых продуктов и услуг. Так, значительный рост данного показателя отмечен в отношении страховых услуг (на 21 пп) и сбережения, размещения свободных денежных средств (на 14 пп). В то же время удовлетворенность предпринимателей качеством кредитования, займов и платежных услуг увеличилась на 6 и 3 пп соответственно.

Субъекты малого и среднего бизнеса достаточно высоко оценивают доступность предоставляемых финансовых услуг — уровень удовлетворенности данным параметром по различным типам финансовых услуг составляет свыше 95 % (рис. 1.12). Диапазон негативных оценок доступности различных финансовых услуг в Республике Мордовия находится в пределах погрешности и не является широким — от 1 до 4 % предпринимателей в той или иной степени заявляют о своем недовольстве.

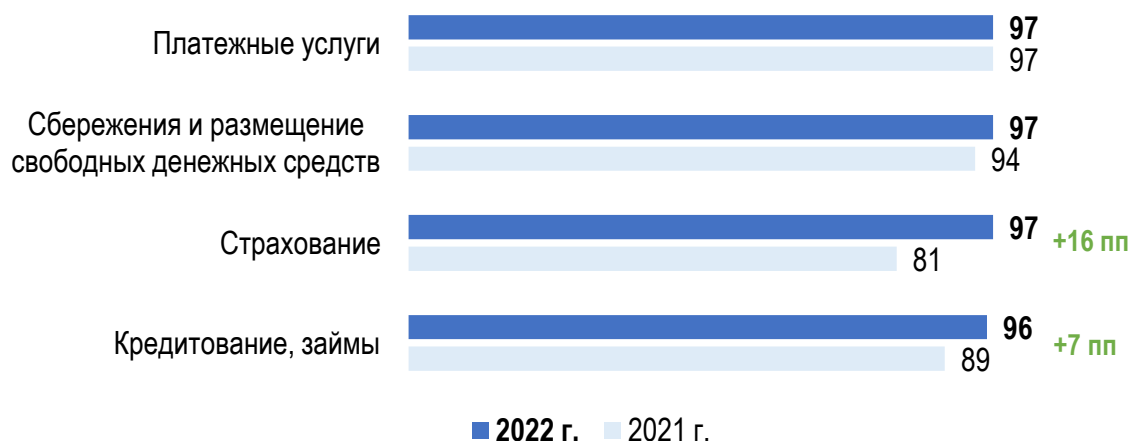


Рис. 1.12. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства доступностью финансовых услуг, % от тех, кто получал данные услуги

По сравнению с прошлым годом зафиксировано значительное повышение уровня удовлетворенности представителей бизнеса доступностью страховых услуг (на 16 пп). Менее существенный рост показателя отмечается по услугам кредитования и займов (на 7 пп), сбережения и размещения свободных денежных средств (на 3 пп).

На базе вышеизложенных оценок удовлетворенности предпринимателей ценой, качеством и доступностью финансовых продуктов и услуг определен обобщенный показатель удовлетворенности по каждому их виду. Он рассчитан как среднее арифметическое рассматриваемых факторов. Так, наиболее высокая (93 %) оценка данного показателя по итогам исследования 2022 г. фиксируется по отношению к платежным услугам, наименьшая (80 %) — к кредитованию и займам. Степень удовлетворенности субъектов малого и среднего предпринимательства услугами сбережения и размещения свободных денежных средств находится на уровне 89 %, страхования — 86 %.

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

Важным условием для развития финансового рынка является доступность финансовых услуг как для граждан, так и для бизнеса.

Подавляющее большинство населения региона (88 %) за последние 12 месяцев пользовалось хотя бы одним финансовым продуктом или услугой. По сравнению с прошлогодним замером доля таких респондентов заметно выросла (+6 пп).

Наиболее активные потребители финансовых продуктов и услуг в зависимости от различных социально-демографических и статусно-профессиональных характеристик — мужчины (91 %), респонденты в возрасте от 45 до 64 лет (94 %), люди с неоконченным высшим, высшим (в том числе двумя высшими образованиями), ученой степенью (91 %), работающие по найму (91 %) и предприниматели, самозанятые (93 %). Менее выражена востребованность среди респондентов в возрасте от 18 до 24 лет (78 %) и от 65 лет и старше (82 %), людей с основным (до 9 классов), средним (10–11 классов) образованием (72 %), пенсионеров (80 %), официально безработных, временно неработающих (78 %) и учащихся, студентов (75 %).

Наиболее востребованные за последние 12 месяцев у населения услуги — обслуживание зарплатных карт (81 %) и деятельность по сопровождению денежных переводов и платежей (54 %). Напротив, почти не пользовались спросом услуги негосударственных пенсионных фондов (4 %), брокерские счета (3 %), автокредиты (2 %), инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, доверительное управление) (2 %) и микрозаймы (1 %). По сравнению с показателями прошлого года структура потребления финансовых продуктов и услуг практически не изменилась: лишь на 4 пп вырос уровень использования денежных переводов и платежей (вероятно, это связано с развитием системы быстрых платежей). Напротив, на 5 пп снизилась востребованность страхования, на 6 пп — кредитных карт.

Среди анализируемых финансовых продуктов и услуг респонденты устойчиво продолжают пользоваться исключительно зарплатной картой, не прекращают ее использование сейчас (79 %). Другие типы карт (дебетовые и кредитные) имеются, но в настоящее время по ним не совершаются операции у 18 и 12 % участников опроса соответственно. Ситуативно опрошенные подходят к осуществлению денежных переводов и платежей, несмотря на то что это достаточно востребованная практика, о ее регулярности заявляет

лишь каждый пятый (23 %). Выплачиваемые в настоящее время потребительские кредиты имеют 9 %, ипотечные — 4 %, автокредиты — 1 %. Действующая страховка есть у 13 % респондентов, банковский вклад — у 11 % (рис. 2.1).

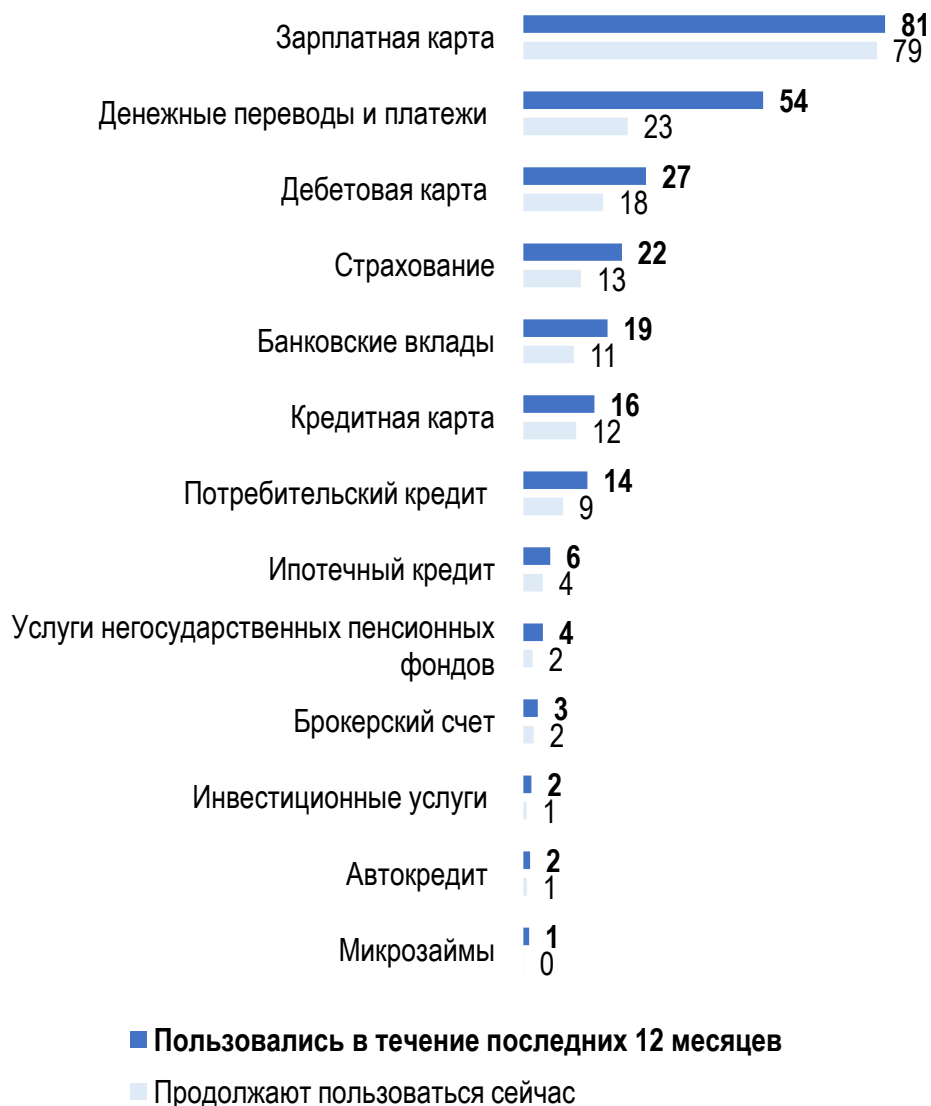


Рис. 2.1. Наиболее востребованные среди населения финансовые продукты и услуги, %

Востребованность различных финансовых продуктов и услуг отличается в статусно-профессиональных группах респондентов. Так, работающие по найму чаще, чем в среднем по выборке, заявляли о том, что они пользовались в течение последних 12 месяцев зарплатными картами (86 %) и денежными переводами и платежами (58 %), предприниматели, самозанятые — денежными переводами и платежами (71 %), дебетовыми картами (52 %), страхованием (33 %), кредитными картами (24 %), потребительскими кредитами

(21 %), банковскими вкладами (26 %), брокерскими счетами (23 %), ипотечными кредитами (19 %), автокредитами (13 %), услугами негосударственных пенсионных фондов (13 %), микрозаймами (12 %) и инвестиционными услугами (10 %), учащиеся, студенты — дебетовыми картами (51 %). Уровень использования всех финансовых продуктов и услуг на порядок ниже среди пенсионеров, поскольку они представляют собой менее экономически активную социальную прослойку населения. Других значимых отличий в наполненных группах не выявлено.

Выбор того или иного финансового продукта или услуги опосредован рядом стоимостных и нестоимостных факторов. Наши замеры показывают, что высокий уровень удовлетворенности ценовыми характеристиками фиксируется в отношении обслуживания дебетовых (89 %) и зарплатных (86 %) карт, совершения денежных переводов и платежей (88 %), автокредитов (83 %) и брокерских счетов (80 %). Коридор колебания негативных оценок — от 4 до 49 %. Наибольшее их количество дается ипотечным (49 %) и потребительским (44 %) кредитам, а также страхованию (36 %).

Качество финансовых продуктов и услуг традиционно оценивается выше, чем их стоимость. Высокий уровень удовлетворенности рассматриваемым показателем наблюдается в отношении денежных переводов и платежей (93 %), дебетовых (91 %) и зарплатных (90 %) карт. Диапазон негативных оценок варьируется от 3 до 19 %. Наибольший негатив респонденты декларируют к ипотечному кредитованию (19 %).

Оценки доступности финансовых продуктов и услуг близки к оценкам их качества. Так, высокие значения удовлетворенности выявлены в отношении денежных переводов и платежей (94 %), дебетовых (93 %), зарплатных (90 %) и кредитных (87 %) карт, банковских вкладов (90 %). Негативные оценки дают от 3 до 19 % опрошенных. Менее всего население привлекает ипотечное кредитование (19 %).

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 денежным переводам и платежам (92 %), дебетовым (91 %), зарплатным (89 %) и кредитным (82 %) картам, а также к банковским вкладам (82 %) (рис. 2.2).



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

Большая часть жителей региона предпочитает контактные способы получения финансовых продуктов и услуг. В первую очередь это банкоматы, терминалы (78 %) и личное посещение организации (59 %). По сравнению с прошлым годом доля обращений в первом случае практически не изменилась, а во втором — сократилась на 4 пп. Вероятно, отчасти это связано с ментальностью — людям привычнее традиционные способы получения продуктов и услуг, особенно в пожилом возрасте, но отчасти и с тем, что несмотря на цифровую трансформацию финансовой отрасли, целый ряд предложений требует обязательного присутствия человека в финансовом учреждении, например для верификации своих действий.

Почти половина опрошенных (46 %) для получения финансовых продуктов и услуг использует специализированные приложения для планшетов или смартфонов, каждый пятый (22 %) — сайт для компьютера или ноутбука, каждый седьмой (14 %) — сайт для планшета или смартфона. Еще 13 % пользуются СМС-командами на короткий номер для совершения различных финансовых операций. В динамике за прошедший год выраженная динамика отсутствует (рис. 2.3)

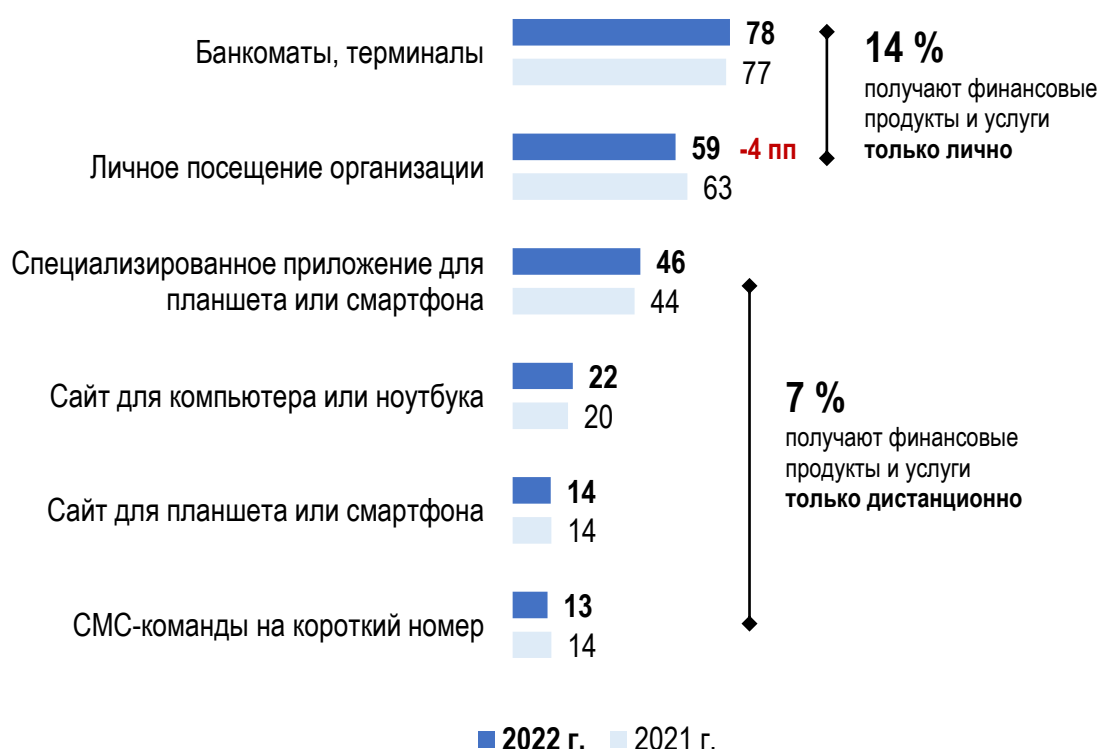


Рис. 2.3. Способы получения финансовых продуктов и услуг, % от числа тех, кто пользовался финансовыми продуктами и услугами

Показательно, что 14 % от числа тех, кто пользовался финансовыми продуктами и услугами, предпочитает только личное посещение. Напротив, 7 % заявляют о том, что им приходилось взаимодействовать с финансовыми организациями исключительно дистанционно. Подавляющее большинство (79 %) тяготеет к смешанной модели, совмещающей личные посещения и удаленные практики.

Большая часть опрошенных (38 %) заявляет о том, что не сталкивалась с трудностями при получении финансовых продуктов или услуг. Самые распространенные проблемы — нехватка денежных средств (23 %), отдаленность расположения банкоматов, терминалов (21 %) и недостаточный уровень собственных знаний (21 %) (рис. 2.4).



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

В структуре недостатков существенные изменения в годовой ретроспективе отсутствуют. По сравнению с результатами предыдущего исследования фиксируется снижение актуальности проблемы недоверия к финансовым организациям (–6 пп), неудовлетворительной стоимости, цены (–4 пп) и сложности процедуры оформления, большого количества документов (–4 пп).

Различные социально-профессиональные группы по-разному воспринимают трудности при использовании финансовых продуктов и услуг. В частности, предприниматели, самозанятые и официально неработающие, безработные чаще, чем в среднем по выборке, заявляют об отсутствии каких-либо сложностей (62 и 56 % соответственно).

Учащиеся, студенты преимущественно обращают внимание на отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций (33 %), отдаленность расположения банкоматов, терминалов (31 %), недостаток собственных знаний и опыта (31 %), недостаток информации об услуге (22 %), недоверие к финансовым организациям (18 %), неудовлетворительную стоимость, цену (16 %), длительные сроки получения, очереди (20 %) и отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги (10 %). Среди пенсионеров акцентируется внимание на недостатке собственных знаний и опыта (28 %). По другим наполненным статусно-профессиональным группам значимых различий не выявлено.

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 (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 территориальный (30 %), ментальный (27 %) и финансовый (27 %). За последний год доля тех, кто указывает на наличие ментальных или финансовых барьеров, снизилась на 6 и 5 пп соответственно (рис. 2.5).

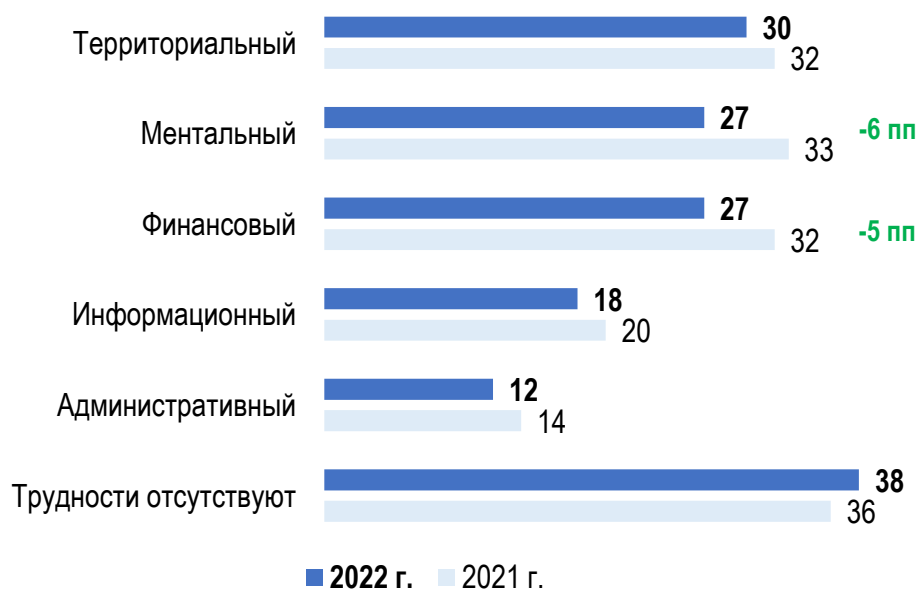


Рис. 2.5. Характер проблем при получении населением финансовых продуктов и услуг, %

Необходимо отметить, что выделенные барьеры в ряде случаев имеют выраженную социально-демографическую специфику. Территориальный фактор упоминают преимущественно жители столицы региона (34 %) и молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет (35 %). Трудности, связанные с финансовой составляющей, оказывают существенное влияние на практики использования финансовых продуктов и услуг среди жителей столицы региона (34 %) и людей в возрасте от 45 до 54 лет (31 %). Ментальные проблемы осложняют жизнь респондентов из столицы региона (31 %) и молодежи в возрасте от 18 до 24 лет (34 %). Недостаток информации негативно воспринимается жителями столицы региона (26 %) и молодежью в возрасте от 18 до 24 лет (26 %). Административные барьеры отпугивают респондентов из столицы региона (26 %) и молодежь в возрасте от 18 до 24 лет (19 %). По остальным наполненным группам существенной разницы в отношении средних значений по выборке нет.

Большинство опрошенных (76 %) считает: несмотря на существующие трудности и неразрешенные проблемы при получении финансовых продуктов и услуг, сегодня ими воспользоваться существенно проще, чем три года назад (рис. 2.6). Обратная точка зрения у 8 % респондентов. 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, %

Одна из ключевых задач, стоящих перед органами государственной власти, — формирование комфортной среды для финансовых институтов и различных некоммерческих организаций, а также для граждан при пользовании финансовыми услугами и продуктами. Важной характеристикой при этом называется высокий уровень финансовой грамотности населения, грамотное и рациональное поведение участников рыночных отношений.

Самооценки опрошенных жителей региона указывают на то, что уровень знаний об экономических процессах и явлениях достаточно высок и за последний год наблюдаются позитивные тенденции: 68 % говорят о среднем или высоком уровне своей финансовой грамотности, в годовой ретроспективе показатель увеличился на 4 пп. Каждый пятый (20 %) не уверен в своих силах, не знает, как пользоваться теми или иными финансовыми инструментами (рис. 2.7). Однако необходимо отметить, что декларируемый уровень грамотности представляет собой скорее реакцию респондентов давать социально одобряемые ответы, а не реальную картину мира. Вероятно, впоследствии необходимы модификация инструментария и внедрение в исследовательскую практику тестовых вопросов, позволяющих оценить правильность или неправильность представлений людей о банковском секторе.

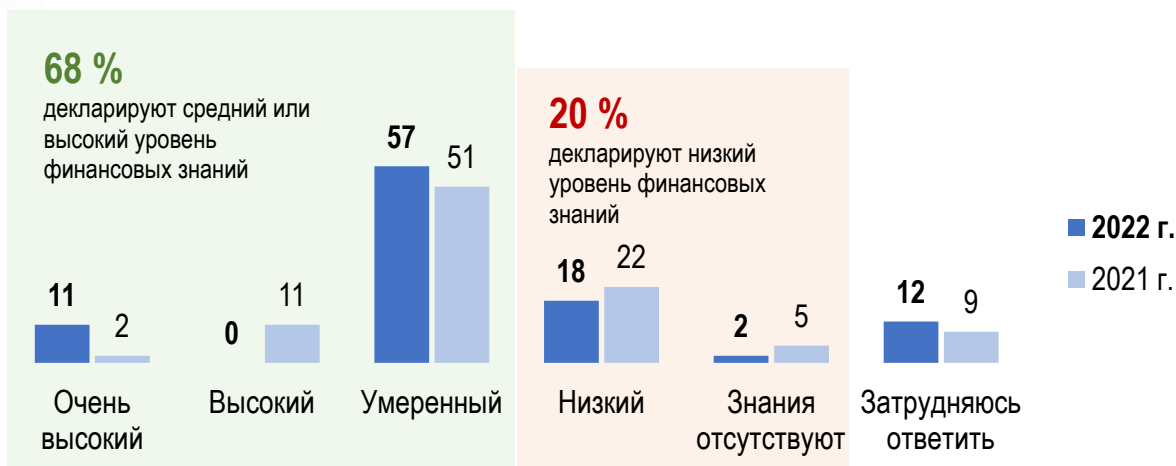


Рис. 2.7. Уровень финансовых знаний населения, %

Оценки уровня финансовых знаний в различных социально-демографических и статусно-профессиональных группах оказались достаточно близки. Традиционно наблюдается рост пессимистичных оценок в наиболее возрастной когорте людей от 65 лет и старше (34 %). Схожая ситуация фиксируется среди пенсионеров (34 %). Также чаще остальных о низком уровне финансовых знаний говорят респонденты со средним профессиональным образованием (28 %).

Финансовые услуги пользуются широким спросом у представителей малого и среднего предпринимательства. Развитие доступа к финансовым услугам для предпринимателей имеет важное значение. Удобные, доступные и безопасные финансовые услуги позволяют им более эффективно использовать время и ресурсы.

Среди представителей малого и среднего бизнеса наиболее востребованными являются финансовые услуги банков. В течение последнего года ими пользовались 78 % респондентов. В страховые организации обращался 41 % опрошенных, в микрофинансовые — 17 %. Услугами как кредитных потребительских кооперативов, так и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов за прошедший год воспользовались лишь по 9 % предпринимателей. Необходимо отметить, что юридические лица чаще, чем индивидуальные предприниматели, обращались в банки (87 и 75 % соответственно) и страховые организации (51 и 36 %).

По всем анализируемым типам организаций отмечается уменьшение по сравнению с замером 2021 г. доли представителей бизнеса, пользовавшихся финансовыми продуктами и услугами за последний год. Наиболее существенно она снизилась относительно кредитных потребительских кооперативов (на 7 пп) (рис. 2.8).

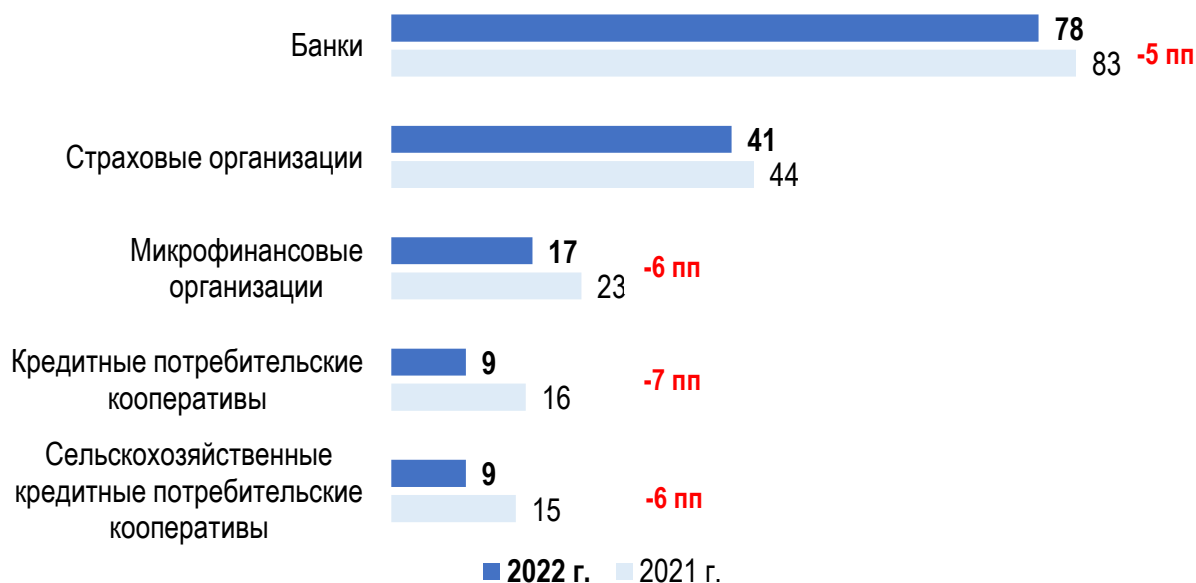


Рис. 2.8. Динамика доли субъектов малого и среднего предпринимательства, пользовавшихся услугами различных финансовых организаций в течение года, %

В настоящее время значительная доля представителей малого и среднего бизнеса продолжает пользоваться услугами банков (73 %) и страховых организаций (31 %). Услуги микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов в текущий момент востребованы у предпринимателей редко (рис. 2.9).



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

Финансовые услуги предприниматели получают различными способами. Личное посещение финансовой организации является наиболее популярным у них для оформления кредитов, займов (96 %) и получения услуг страхования (90 %). С целью сбережения и размещения свободных денежных средств лично посещал организацию каждый второй (48 %) респондент, данным способом совершали платежи 40 % опрошенных (рис. 2.10).

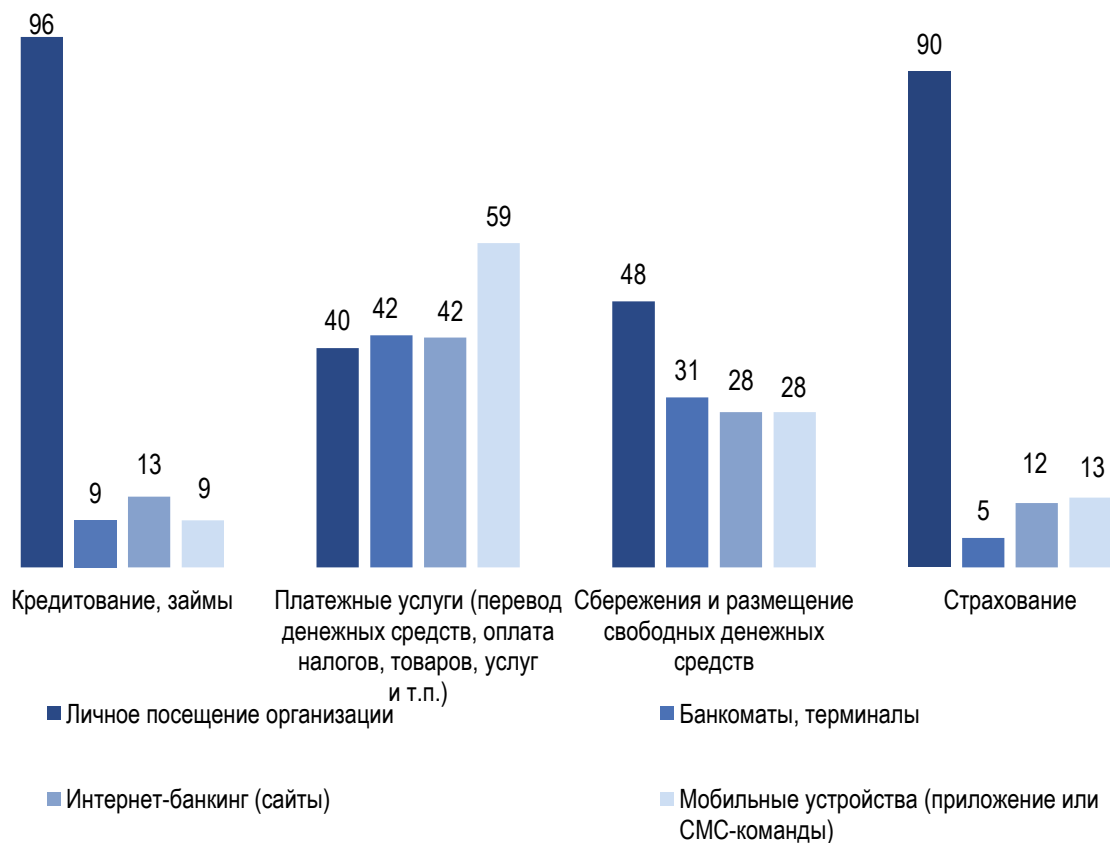


Рис. 2.10. Способы получения финансовых услуг субъектами малого и среднего предпринимательства, %

С помощью банкоматов и терминалов представители бизнеса в основном совершали платежи (42 %). Данные устройства 31 % респондентов использовали для сбережения и размещения свободных денежных средств.

Интернет-банкинг наиболее востребован у предпринимателей также при осуществлении платежей (42 %). Через личные кабинеты на сайтах финансовых организаций 28 % респондентов обращались за услугами сбережения и размещения свободных денежных средств.

Мобильные устройства предприниматели часто применяли для осуществления платежей (59 %). Посредством мобильных приложений или СМС-команд 28 % респондентов получали услуги по сбережению и размещению свободных денежных средств. Данный способ взаимодействия, как и

интернет-банкинг, мало использовался представителями бизнеса при страховании и оформлении кредитов, займов.

По сравнению с замером предыдущего года наблюдается снижение доли предпринимателей, получавших услуги посредством личного посещения организаций, только относительно сбережения и размещения свободных денежных средств (на 9 пп) (рис. 2.11). Для этого представители бизнеса стали чаще использовать дистанционные способы взаимодействия — мобильные устройства и интернет-банкинг (увеличение на 7 и 8 пп соответственно). Также повысилась доля респондентов, осуществлявших различные платежи при помощи мобильных приложений (на 4 пп) и личного кабинета на сайте финансовой организации (на 2 пп).

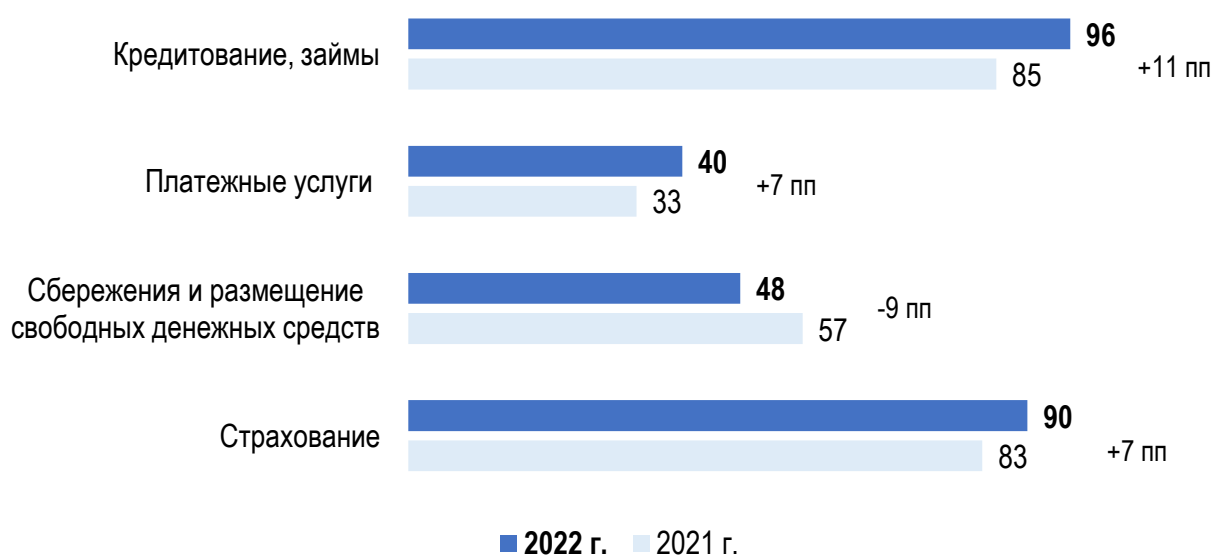


Рис. 2.11. Динамика доли субъектов малого и среднего предпринимательства, использовавших личное посещение организаций для получения финансовых услуг, %

У представителей малого и среднего предпринимательства в основном не возникало трудностей при получении финансовых услуг (68 %). По сравнению с предыдущим годом доля таких респондентов увеличилась на 9 пп. Существенного барьера для доступа предпринимателей к финансовым услугам не выявлено. Среди проблем представители бизнеса чаще обращали внимание на неудовлетворительную стоимость финансовых продуктов и услуг (9 %), недостаток собственных знаний и опыта (8 %) (рис. 2.12). В динамике респонденты реже указывали на сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов (уменьшение на 6 пп), недостаток информации по услуге (на 4 пп) и собственных знаний, опыта (на 4 пп).

В зависимости от формы ведения предпринимательской деятельности наблюдались некоторые различия в ответах респондентов при характеристике

проблем. Так, юридические лица чаще, чем индивидуальные предприниматели, отмечали неудовлетворительную стоимость, цену финансовых продуктов (18 и 5 % соответственно), длительные сроки получения услуги (11 и 3 %), а также сложность процедуры оформления и большое количество требуемых документов (11 и 4 %).



Рис. 2.12. Проблемы при получении субъектами малого и среднего предпринимательства финансовых услуг, %

Примерно каждый третий респондент (32 %) не отмечает каких-либо изменений уровня барьеров при доступе к финансовым услугам за последние три года. В то же время о его снижении заявляют 28 % опрошенных, лишь 7 % представителей малого и среднего предпринимательства говорят об увеличении уровня барьеров (рис. 2.13). На снижение уровня барьеров юридические лица указывают чаще, чем индивидуальные предприниматели (37 и 24 % соответственно). По сравнению с замером предыдущего года предприниматели чаще обозначали отсутствие изменений уровня данных барьеров (увеличение на 7 пп) и реже декларировали его повышение (снижение на 11 пп).

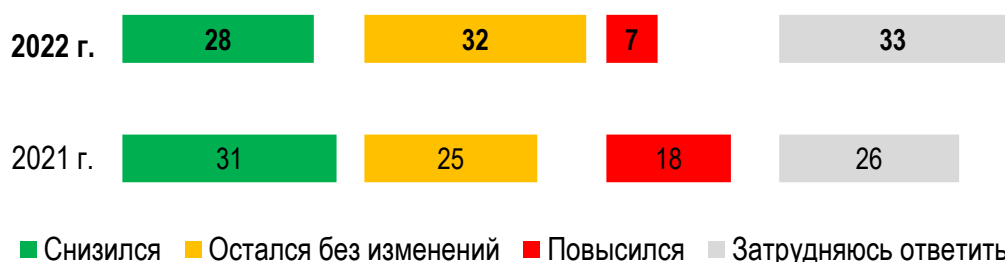


Рис. 2.13. Оценка динамики уровня барьеров при доступе субъектов малого и среднего предпринимательства к финансовым услугам за последние три года, %

Доступность финансовых услуг также зависит от качества финансовых знаний их потребителей. Для принятия успешных финансовых решений и достижения успеха бизнеса предпринимателям необходимы определенные знания, навыки и умения по финансовой грамотности.

Большинство опрошенных предпринимателей (62 %) оценивают свою финансовую грамотность как умеренную. Высокой и очень высокой ее считают 27 % представителей бизнеса, у 11 % респондентов знания, навыки и умения по управлению финансами низкие или отсутствуют (рис. 2.14). По сравнению с предыдущим годом оценки респондентов относительно уровня своей финансовой грамотности существенно не изменились.

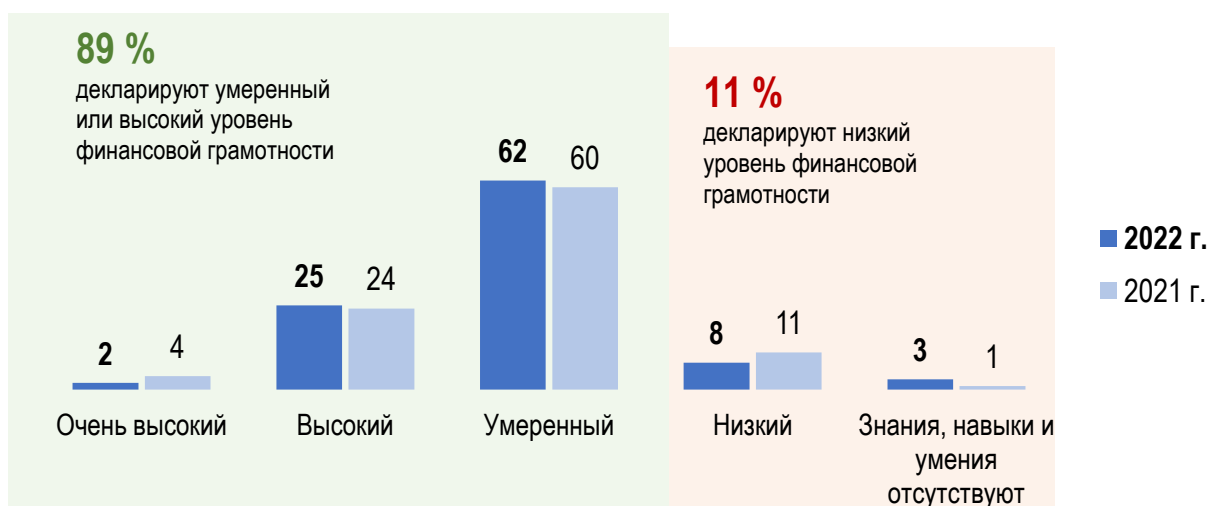


Рис. 2.14. Уровень финансовой грамотности субъектов малого и среднего предпринимательства, %

Юридические лица чаще, чем индивидуальные предприниматели, заявляли о высоком и очень высоком уровне своих финансовых знаний (45 и 19 % соответственно). Таким его считали в основном респонденты со стажем работы от 10 до 20 лет (38 %).

Заключение

Одной из главных задач современной экономической политики России с учетом глобальных вызовов, федеральных и региональных приоритетов развития является обеспечение сбалансированности на рынке финансовых услуг. Несомненно, что устойчивый финансовый рынок способствует привлечению инвестиций в экономику, что позитивно отражается на развитии бизнеса, дает возможность для населения использовать широкий спектр финансовых услуг для реализации деловых и личных планов. Учитывая то, что финансовый рынок страны развивается в условиях трансформационных процессов, он требует постоянного внимания органов государственной власти и проведения мониторинговых исследований.

Население региона высоко оценивает концентрацию действующих компаний на рынке финансовых продуктов и услуг. По результатам исследования доля потребителей, положительно оценивающих в регионе 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 доступные для населения финансовые организации — банки, их работа устраивает большинство опрошенных (73 %). В годовой ретроспективе по рассматриваемым типам организаций оценки стабильны, не подвержены резким колебаниям. Исключение — незначительно улучшилось восприятие брокерских организаций.

Субъекты малого и среднего бизнеса оценивают возможность выбора и работу различных финансовых организаций в Республике Мордовия выше, чем население. Данные показатели в группе предпринимателей по всем рассматриваемым организациям существенно превышают (на 10—35 пп) плановые значения, установленные Министерством экономического развития Российской Федерации на уровне 65 % от числа опрошенных.

Возможность выбора сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов устраивает абсолютно всех опрошенных представителей бизнеса. Наиболее высокая оценка работы финансовых организаций зафиксирована по отношению к банкам.

Почти все жители региона за последние 12 месяцев пользовались хотя бы одним финансовым продуктом и услугой, многие продолжают ими пользоваться. Востребованные решения — обслуживание зарплатных карт и деятельность по сопровождению денежных переводов и платежей. Низкий уро-

вень спроса традиционно характерен для услуг негосударственных пенсионных фондов, брокерских счетов, автокредитов, инвестиционных услуг (ПИФы, ОФБУ, доверительное управление) и микрозаймов.

Представители малого и среднего бизнеса в основном пользуются финансовыми услугами банков. Меньше востребованы ими услуги страховых и микрофинансовых организаций. Услуги кредитных потребительских кооперативов, а также сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов не популярны у предпринимателей. Представители бизнеса в текущем году реже, чем в предыдущем, получали услуги всех анализируемых типов финансовых организаций. Вероятно, снижение спроса на финансовые услуги обусловлено спадом деловой активности на фоне кризисных явлений в экономике.

Наиболее распространенными среди представителей малого и среднего бизнеса являются платежные услуги, в том числе переводы денежных средств, оплата товаров, услуг и налогов. Далее по уровню востребованности следуют страховые услуги и кредитные продукты, а также сбережения и размещение свободных денежных средств. Следует отметить, что по сравнению с прошлым годом предприниматели стали чаще использовать платежные услуги и сбережения, размещение свободных денежных средств.

Население региона, как правило, высоко оценивает качество и доступность выбора финансовых продуктов и услуг, в то время как их стоимость воспринимается на порядок критичнее. Кроме того, ей соответствуют высокие инфляционные ожидания.

В большинстве случаев финансовые продукты и услуги не противоречат возлагаемым на них потребительским ожиданиям. Наибольшая лояльность респондентов фиксируется в отношении денежных переводов и платежей, дебетовых, зарплатных и кредитных карт, а также банковских вкладов.

Предприниматели, как и в прошлом году, наиболее позитивно оценивают доступность и качество услуг, предоставляемых финансовыми организациями. В меньшей степени положительных ответов встречается при оценке предпринимателями стоимости финансовых продуктов и услуг.

Высокий уровень удовлетворенности субъектов малого и среднего предпринимательства доступностью и качеством финансовых услуг фиксируется для всех их типов — наибольшие оценки получили платежные операции. По сравнению с прошлым годом наблюдается увеличение уровня удовлетворенности представителей бизнеса доступностью и качеством практически по всем видам финансовых услуг.

Наиболее чувствительный параметр, вызывающий замечания предпринимателей, — стоимость финансовых продуктов. Наибольшее недовольство фиксируется относительно цены за использование кредитных продуктов. Тем не менее в годовой ретроспективе отмечается увеличение уровня удовлетворенности предпринимателей стоимостью услуг страхования, сбережения и размещения свободных денежных средств и платежных услуг.

Доминирующая форма взаимодействия между населением и финансовыми организациями — контактный способ получения финансовых услуг, реализованный посредством банкоматов, терминалов и личных посещений. Дистанционные способы развиваются и существенно расширяют контактные форматы взаимодействия. Необходимо отметить, что доли технократов и технофобов среди опрошенных сравнительно невелики, большинство из них предпочитают комбинировать те или иные способы, не имеют выраженных предрассудков. Поэтому наиболее выраженным сдерживающим фактором цифровой трансформации необходимо признать невозможность оказания ряда услуг исключительно в электронном виде.

Предприниматели активно пользуются дистанционными способами взаимодействия с финансовыми организациями в части совершения платежей и сбережения, размещения свободных денежных средств. Субъекты малого и среднего предпринимательства чаще, чем в прошлом году, получали данные услуги при помощи мобильных устройств и интернет-банкинга. Для оформления кредитования, займов, а также страховых продуктов представители бизнеса в основном предпочитают личное посещение организации.

Более половины опрошенных жителей региона заявляют о наличии определенных проблем при получении финансовых продуктов и услуг. Преимущественно они связаны с территориальными (отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций; отдаленность расположения банкоматов, терминалов; отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги), финансовыми (недостаток собственных денежных средств; неудовлетворительная цена, стоимость) или ментальными (недостаток собственных знаний и опыта; недоверие к финансовым организациям) факторами. При этом за последние три года, по мнению населения, процесс получения необходимых финансовых продуктов и услуг становится проще.

Представители малого и среднего бизнеса в основном не сталкивались с трудностями при получении финансовых услуг. Значительного барьера для доступа к финансовым услугам выявлено не было. Как и в прошлом году, в большей мере предприниматели обращали внимание на неудовлетворитель-

ную стоимость финансовых продуктов. В динамике представители бизнеса преимущественно не видят изменений уровня барьеров при доступе к финансовым услугам, вместе с тем часто заявляют и о его снижении.

Финансовая грамотность оценивается большей частью населения региона как средняя или высокая. В годовой ретроспективе наблюдается незначительная позитивизация мнений об уровне своих знаний, однако это может быть следствием несовершенства инструментария: для проведения комплексной оценки финансовой грамотности требуется расширение инструментария, включение в него тестовых вопросов, направленных на выявление не субъективных, а объективных представлений респондентов об экономической реальности.

Качественные финансовые знания и навыки предпринимателей во многом влияют на принятие правильных решений для обеспечения финансового благополучия бизнеса. В своем большинстве представители бизнеса оценивают личные компетенции в области управления финансами как умеренные. Вместе с тем каждый четвертый предприниматель заявил о достаточно высоком уровне своей финансовой грамотности.

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:

- сохранение сети отделений финансовых учреждений, увеличение числа небольших офисов, банкоматов и терминалов, особенно в региональной столице, поскольку личное посещение представляет собой основной способ получения финансовых продуктов и услуг;

- поиск возможностей по импортозамещению виртуальных зарплатных, дебетовых и кредитных карт, которые были ранее реализованы посредством работы платежных приложений на смартфонах (Google Pay, Samsung Pay, Apple Pay и т. д.), поскольку обслуживание пластика создает дополнительную нагрузку на сети отделений финансовых организаций;

- снижение влияния ценового фактора на доступность финансовых продуктов и услуг, внедрение бонусных программ для обслуживания постоянных клиентов, льготных кредитных ставок;

- 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;

— повышение уровня финансовой грамотности населения и субъектов малого и среднего бизнеса о предлагаемых финансовых продуктах и услугах, мошеннических действиях и противодействию 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;

— развитие сегмента «длинных» денег (системы индивидуальных инвестиционных счетов, в том числе индивидуального пенсионного капитала и т. п.).

Развитию регионального финансового рынка будет способствовать преодоление кризисных явлений российской экономики и прогнозируемой глобальной экономической рецессии, а также актуализация нормативно-правовой базы с учетом текущей геополитической ситуации (проведение специальной военной операции, санкционное давление со стороны недружественных стран, блокирование международных банковских операций, совершаемых при участии резидентов из Российской Федерации).

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)	9,1
Достаточно	54,8
Мало	8,7
Нет совсем	1,9
Затрудняюсь ответить	25,5

Таблица 2

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

Вариант ответа	%
Да	27,2
Нет	72,8

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	23,4	33,6	20,6	17,8	4,7
Качество	27,6	48,6	9,8	6,5	7,5
Ассортимент	31,3	41,6	9,8	6,1	11,2

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	55,1	5,6	25,7	13,6
Качество	13,1	15,9	57,5	13,6
Ассортимент	20,1	12,6	50,9	16,4

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	45,9	28,1	6,7	5,0	14,4
Микрофинансовая организация	20,7	16,7	7,4	9,4	45,9
Кредитный потребительский кооператив	18,8	16,4	7,2	8,9	48,7
Сельскохозяйственный кредитный потребительский кооператив	16,9	16,2	6,8	9,3	50,8
Ломбард	15,9	15,2	7,6	9,2	52,1
Страховая организация	24,6	21,6	9,6	6,8	37,4
Негосударственный пенсионный фонд	18,5	17,7	8,5	8,2	47,1
Брокерская организация	15,7	15,3	7,6	9,5	51,8

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	43,1	29,4	6,5	4,9	16,2
Микрофинансовая организация	17,0	18,6	7,4	8,9	48,1
Кредитный потреби- тельский кооператив	15,6	18,1	7,2	7,0	52,1
Сельскохозяйствен- ный кредитный по- требительский коопе- ратив	14,9	18,2	6,9	7,1	52,9
Ломбард	14,3	17,7	7,2	7,3	53,5
Страховая организация	22,3	23,2	7,4	6,8	40,3
Негосударственный пенсионный фонд	16,9	17,7	7,4	7,6	50,3
Брокерская организация	15,2	16,6	6,6	7,9	53,6

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.	80,7	78,9
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	27,4	17,8
Кредитная карта	15,9	11,8
Потребительский кредит	14,3	8,9
Ипотечный кредит	6,0	4,4
Автокредит	1,5	0,8
Банковские вклады	18,8	11,3
Денежные переводы и платежи	53,5	23,3
Микрозаймы	1,3	0,1
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	22,0	12,9
Услуги негосударственных пенсионных фондов	4,4	2,1
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, дове- рительное управление)	1,8	0,7
Брокерский счет	3,2	2,3

* 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.	54,1	31,6	3,3	2,8	8,2
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	59,7	29,2	5,1	2,3	3,7
Кредитная карта	49,6	24,0	10,4	8,8	7,2
Потребительский кредит	29,2	23,9	20,4	23,9	2,7
Ипотечный кредит	19,1	21,3	23,4	25,5	10,6
Автокредит	50,0	33,3	—	—	16,7
Банковские вклады	43,9	31,1	13,5	8,1	3,4
Денежные пере- воды и платежи	57,6	29,9	3,6	3,3	5,7
Микрозаймы	50,0	10,0	—	20,0	20,0
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	30,6	30,1	19,1	16,8	3,5
Услуги негосударствен- ных пенсионных фондов	40,0	28,6	5,7	5,7	20,0
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, довери- тельное управле- ние)	35,7	28,6	14,3	7,1	14,3
Брокерский счет	52,0	28,0	—	4,0	16,0

**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.	57,9	32,2	2,2	1,4	6,3
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	61,6	29,6	3,2	1,9	3,7
Кредитная карта	60,8	24,0	4,8	3,2	7,2
Потребительский кредит	50,4	31,9	8,0	5,3	4,4
Ипотечный кредит	23,4	42,6	8,5	10,6	14,9
Автокредит	58,3	16,7	8,3	—	16,7
Банковские вклады	45,9	36,5	6,8	5,4	5,4
Денежные пере- воды и платежи	61,8	31,5	1,9	0,7	4,0
Микрозаймы	50,0	20,0	—	10,0	20,0
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	43,4	33,5	7,5	6,9	8,7
Услуги негосу- дарственных пенсионных фондов	45,7	28,6	2,9	5,7	17,1
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, довери- тельное управле- ние)	42,9	28,6	14,3	—	14,3
Брокерский счет	52,0	24,0	4,0	—	20,0

**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.	59,7	30,0	1,9	1,6	6,8
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	60,6	31,9	1,9	2,3	3,2
Кредитная карта	63,2	24,0	3,2	4,0	5,6
Потребительский кредит	54,0	29,2	7,1	5,3	4,4
Ипотечный кредит	23,4	42,6	6,4	12,8	14,9
Автокредит	58,3	16,7	8,3	0,0	16,7
Банковские вклады	52,0	37,8	2,0	4,1	4,1
Денежные пере- воды и платежи	63,0	30,6	2,4	0,5	3,6
Микрозаймы	50,0	20,0	—	10,0	20,0
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	48,6	30,1	6,9	6,4	8,1
Услуги негосу- дарственных пенсионных фондов	51,4	28,6	2,9	2,9	14,3
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, довери- тельное управле- ние)	42,9	35,7	7,1	—	14,3
Брокерский счет	52,0	24,0	4,0	—	20,0

Таблица 11

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

Вариант ответа	%
Личное посещение организации	58,7
Банкоматы, терминалы	78,4
Специализированное приложение для планшета или смартфона	46,1
Сайт для компьютера или ноутбука	21,7
Сайт для планшета или смартфона	13,7
СМС-команды на короткий номер	12,6
Другое	0,1

*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	%
Отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций	16,0
Отдаленность расположения банкоматов, терминалов	21,4
Недостаток информации об услуге	16,0
Отсутствие консультационной поддержки в организации	6,6
Недостаток собственных знаний и опыта	20,6
Отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги	5,4
Сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов	7,0
Длительные сроки получения, очереди	7,5
Недоверие к финансовым организациям	11,6
Недостаток собственных денежных средств	22,6
Неудовлетворительная стоимость, цена	10,6
Трудности отсутствуют	38,0
Другое	—

*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	38,1
Скорее да	37,7
Скорее нет	4,2
Нет	3,8
Затрудняюсь ответить / отказ от ответа	15,9

Таблица 14

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

Вариант ответа	%
Очень высокий	11,4
Высокий	—
Умеренный	56,7
Низкий	17,6
Знания отсутствуют	2,3
Затрудняюсь ответить	11,8

**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	73,4	5,2	21,4
Микрофинансовые организации	6,3	10,7	83,0
Кредитные потребительские кооперативы	3,3	5,9	90,8
Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	3,0	5,5	91,5
Страховые организации	30,6	10,0	59,4

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	77,8	18,5	1,6	1,1	1,1
Микрофинансовые организации	69,7	24,2	—	6,1	—
Кредитные потребительские кооперативы	28,6	57,1	14,3	—	—
Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	25,0	50,0	—	—	25,0
Страховые организации	69,7	23,6	2,2	1,1	3,4

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	67,7	26,9	1,8	1,2	2,4
Микрофинансовые организации	55,2	34,5	6,9	3,4	—
Кредитные потребитель- ские кооперативы	50,0	25,0	25,0	—	—
Сельскохозяйственные кредитные потребитель- ские кооперативы	66,7	33,3	—	—	—
Страховые организации	68,2	23,5	5,9	—	2,4

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	73,7	18,6	4,8	0,6	2,4
Микрофинансовые организации	53,6	35,7	3,6	7,1	—
Кредитные потребитель- ские кооперативы	50,0	50,0	—	—	—
Сельскохозяйственные кредитные потребитель- ские кооперативы	100,0	—	—	—	—
Страховые организации	65,9	23,5	7,1	1,2	2,4

Таблица 5

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

Услуга	Вариант ответа	
	Да	Нет
Кредитование, займы	34,7	65,3
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	80,1	19,9
Сбережения и размещение свободных денежных средств	27,7	72,3
Страхование	35,1	64,9

Таблица 6

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

Услуга	Вариант ответа				
	Удовлетво- рен	Скорее удовлетво- рен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудня- юсь отве- тить
Кредитование, займы	73,9	21,7	2,2	2,2	—
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	84,2	13,0	0,5	0,5	1,9
Сбережения и раз- мещение свобод- ных денежных средств	77,3	20,0	2,7	—	—
Страхование	79,8	17,0	1,1	—	2,1

Таблица 7

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

Услуга	Вариант ответа				
	Удовлетво- рен	Скорее удовлетво- рен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудня- юсь отве- тить
Кредитование, займы	25,8	24,7	32,6	16,9	—
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	59,2	24,3	10,7	3,4	2,4
Сбережения и раз- мещение свобод- ных денежных средств	54,1	21,6	20,3	4,1	—
Страхование	45,7	22,3	25,5	3,2	3,2

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	64,4	28,7	4,6	1,1	1,1
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	77,1	19,4	0,5	1,0	2,0
Сбережения и размещение свободных денежных средств	63,9	30,6	1,4	2,8	1,4
Страхование	73,4	20,2	3,2	—	3,2

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	95,7	8,5	12,8	8,5
Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т. п.)	39,6	41,9	41,5	58,5
Сбережения и размещение свободных денежных средств	48,0	30,7	28,0	28,0
Страхование	89,5	5,3	11,6	12,6

*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	5,5
Отдаленность расположения банкоматов, терминалов	4,1
Недостаток информации об услуге	7,0
Отсутствие консультационной поддержки в организации	4,8
Недостаток собственных знаний и опыта	7,7
Отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги	3,0
Сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов	6,3
Длительные сроки получения, очереди	5,5
Недоверие к финансовым организациям	4,8
Недостаток собственных денежных средств	6,6
Неудовлетворительная стоимость, цена	8,9
С трудностями не сталкивался	68,3
Другое	0,7

*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	7,4
Остался без изменений	32,1
Снизился	27,7
Затрудняюсь ответить	32,8

Таблица 12

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

Вариант ответа	%
Очень высокая	2,2
Высокая	24,7
Умеренная	62,4
Низкая	7,4
Знания, навыки и умения отсутствуют	3,3