

Министерство промышленности, науки и новых технологий  
Республики Мордовия

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

# Мониторинг рынка финансовых услуг

Аналитическая записка



2020





## Содержание

Введение.....	5
1. Удовлетворенность населения и субъектов малого и среднего предпринимательства деятельностью в сфере финансовых услуг, оказываемых на территории Республики Мордовия.....	8
2. Доступность для населения и субъектов малого и среднего предпринимательства финансовых услуг, оказываемых на территории Республики Мордовия ...	17
Заключение.....	28
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.....	32
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.....	36

**Авторский коллектив:**

канд. социол. наук В. А. Иншаков (руководитель),  
канд. социол. наук С. Г. Ушкин, Л. Ю. Максимова

**Обработка данных социологического исследования:**

канд. социол. наук С. Г. Ушкин, О. Н. Курмышкина

Полевой этап проведен научными сотрудниками ГКУ РМ «НЦСЭМ»

**Параметры исследования:**

- В рамках исследования по теме: «Мониторинг рынка финансовых услуг» был проведен репрезентативный опрос 790 потребителей и экспертный опрос 247 предпринимателей — представителей малого и среднего бизнеса. Используемая методика — анкетный опрос.
- 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.
- Опросы проведены в августе—сентябре 2020 г.

Макет Л. Ю. Максимова

Подписано в печать 30.10.2020. Усл. печ. л. 1,67. Тираж 7 экз. Заказ 75.

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) 474-451

## Введение

В рамках внедрения Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации предусмотрено проведение мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг в Республике Мордовия. Важной частью данного мониторинга является изучение мнений населения и субъектов малого и среднего предпринимательства относительно их удовлетворенности деятельностью и доступностью финансовых услуг, оказываемых на территории региона.

Для решения поставленной исследовательской задачи 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 экспертный опрос субъектов малого и среднего предпринимательства, по результатам которых подготовлена данная 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 следующих документов:

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

— Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утвержденный распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 г. № 768-р;

— 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;

— План мероприятий („дорожная карта“) по содействию развитию конкуренции в Республике Мордовия на 2019—2022 годы, утвержденный распоряжением Главы Республики Мордовия от 11 октября 2019 г. № 582-РГ;

— План мероприятий по развитию финансового рынка Республики Мордовия на 2020 год, утвержденный распоряжением Правительства Республики Мордовия от 8 июня 2020 г. № 363-Р;

**Цель** исследования заключается в комплексном изучении 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.

**Объектом** социологического исследования выступает население Республики Мордовия 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 (август—сентябрь 2020 г., отбор потребителей осуществлен в соответствии с квотами по полу, возрасту и месту проживания,  $N = 790$  респондентов);

— результаты экспертного опроса субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия (август—сентябрь 2020 г., отбор предпринимателей осуществлен по принадлежности к товарным рынкам, определенным Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации в качестве приоритетных для развития конкуренции,  $N = 247$  экспертов).

**Методической основой** исследования выступает 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».

В целях минимизации рисков распространения новой коронавирусной инфекцией COVID-19 традиционный F2F опрос (сокр. англ. face to face — лицом к лицу) дополнен данными CAWI опроса (сокр. англ. computer assisted web interviewing — компьютерное веб-интервью), реализованного на платформе Google Forms по интерактивной анкете.

**Структура аналитической записки.** Аналитическая записка содержит введение; два раздела — мониторинг удовлетворенности населения и субъектов малого и среднего предпринимательства деятельностью в сфере финансовых услуг, оказываемых на территории Республики Мордовия;

мониторинг доступности для населения и субъектов малого и среднего предпринимательства финансовых услуг, оказываемых на территории Республики Мордовия; заключение. Результаты массового репрезентативного анкетного опроса населения Республики Мордовия относительно сферы финансовых услуг представлены в прил. 1, результаты экспертного опроса субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия относительно сферы финансовых услуг — в прил. 2.

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

В Республике Мордовия рынок финансовых услуг развивается посредством преимущественно расширения сетей структурных подразделений финансовых организаций. В настоящее время он представлен достаточно широким спектром оказываемых физическим и юридическим лицам возможностей по обслуживанию дебетовых и кредитных карт, денежных переводов и платежей и т.д. Результаты исследований других авторов свидетельствуют, что региональный рынок характеризуется ростом конкуренции, которая выражена не столько в увеличении числа финансовых организаций, сколько в более активной их работе с населением, и, как следствие, увеличением оборота денежных средств<sup>1</sup>.

Полученные нами данные свидетельствуют, что высокий уровень удовлетворенности населения возможностью выбора различных финансовых организаций в Республике Мордовия, превышающий плановые показатели Министерства экономического развития Российской Федерации, установленные на уровне 75 %<sup>2</sup>, наблюдается только по отношению к банковскому сектору (80,7 %). Далее располагаются страховые организации (48,2 %), негосударственные пенсионные фонды (35,0 %), микрофинансовые организации (31,1 %), кредитные потребительские кооперативы (28,3 %), ломбарды (26,7 %), сельскохозяйственные потребительские кооперативы (25,1 %) и брокерские организации (22,1 %) (рис. 1.1).

Необходимо отметить, что ни по одному из указанных типов финансовых организаций не сформировано устойчивое негативное отношение относительно возможности их выбора — уровень неудовлетворенности варьируется от 7,9 до 12,6 %. Однако информированность об оказываемых данными организациями услугах и предоставляемых продуктах является низкой, на что указывает высокая доля затруднившихся с ответом респондентов или отказавшихся в принципе отвечать на поставленный вопрос (11,4 % в отношении банков и 40,0–65,5 % — остальных финансовых организаций).

<sup>1</sup> См.: Прокин А.А., Сергушина Е.С., Кабанов О.В. и др. Информационно-аналитическое обеспечение анализа банковской системы субъекта Российской Федерации // Вестник МГЭИ. 2019. № 1. С. 43–44.

<sup>2</sup> 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. 41.



Рис. 1.1. Удовлетворенность населения возможностью выбора различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, %

Схожая ситуация фиксируется в отношении оценок населения по поводу работы различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия. Высокий уровень удовлетворенности, превышающий плановые показатели Министерства экономического развития Российской Федерации, установленные на уровне 75 %<sup>3</sup>, также как и в предыдущем случае наблюдается только в отношении банковского сектора (79,8 %). Следом с большим отрывом идут страховые организации (42,3 %), негосударственные пенсионные фонды (28,0 %), микрофинансовые организации (26,6 %), кредитные потребительские кооперативы (24,7 %), сельскохозяйственные потребительские кооперативы (22,1 %), ломбарды (20,6 %) и брокерские организации (18,5 %) (рис. 1.2).

Коридор негативных оценок работы различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия не является широким — от 8,1 до 11,8 % жителей в той или иной степени заявляет 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 (12,1 % в отношении банков и 46,2–71,3 % — остальных финансовых организаций).

<sup>3</sup> 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. 41.



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

Предоставляемые финансовыми организациями продукты и услуги в целом не противоречат потребительским ожиданиям. Так, большая часть населения региона, использовавшего их в течение последних двенадцати месяцев и продолжающих пользоваться ими на момент проведения исследования, в той или иной степени удовлетворена обслуживанием зарплатных (95,0 %), кредитных (86,4 %) и дебетовых (85,8 %) карт, денежными переводами и платежами (83,3 %), а также инвестиционными услугами (83,3 %) (рис. 1.3). Ниже всех остальных оцениваются услуги негосударственных пенсионных фондов (55,2 %) и банковских вкладов (53,6 %), которые, как правило, характеризуются растянутым по времени периодом получения дивидендов, что существенно затрудняет возможность их оценивания.

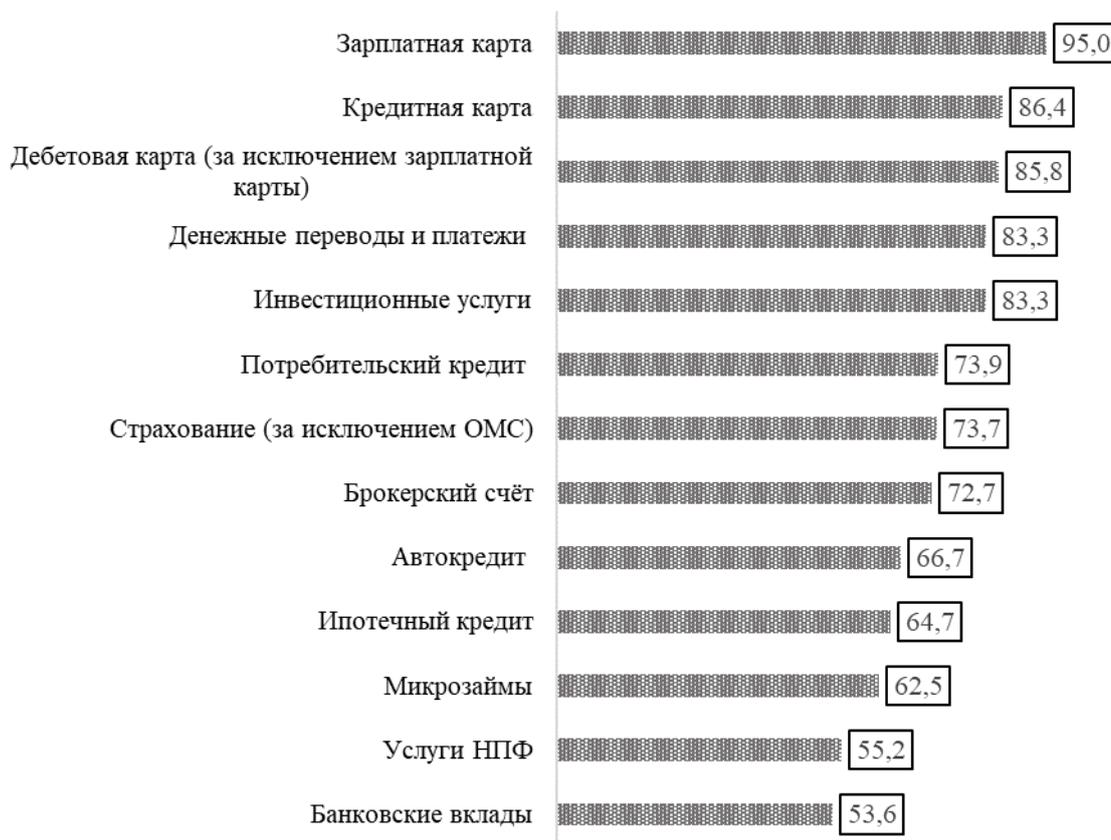


Рис. 1.3. Удовлетворенность населения различными финансовыми продуктами и услугами, % от тех, кто пользовался данными финансовыми продуктами и услугами в течение последних двенадцати месяцев и продолжает пользоваться ими сейчас

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 %<sup>4</sup>. Такая ситуация наблюдается среди всех типов рассматриваемых нами финансовых организаций — сельскохозяйственных потребительских кооперативов (100 %), банковского сектора (98,0 %), страховых организаций (94,6 %), микрофинансовых организаций (93,7 %), кредитных потребительских кооперативов (75,0 %) (рис. 1.4).

<sup>4</sup> 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. 1.4. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства возможностью выбора различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

Следует отметить, что каждый четвертый (25 %) представитель малого и среднего предпринимательства считает возможность выбора кредитных потребительских кооперативов скорее неудовлетворительной, по другим типам организаций доля таких оценок варьируется от 2,0 до 6,3 %.

Как показывает практика, успешность различных типов финансовых организаций все больше определяется не только интенсивностью рекламной компании, но и удобным расположением офисов относительно потенциальных клиентов. Для представителей бизнеса, как потребителей банковских услуг, важным фактором выбора той или иной финансовой организации для осуществления своей финансовой деятельности 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 96,4 до 100,0 % (рис. 1.5). Высокая оценка размещения локальных точек обслуживания, прежде всего, связана с развитием городских агломераций региона, их компактностью и повышением конкуренции на рынке финансовых услуг.

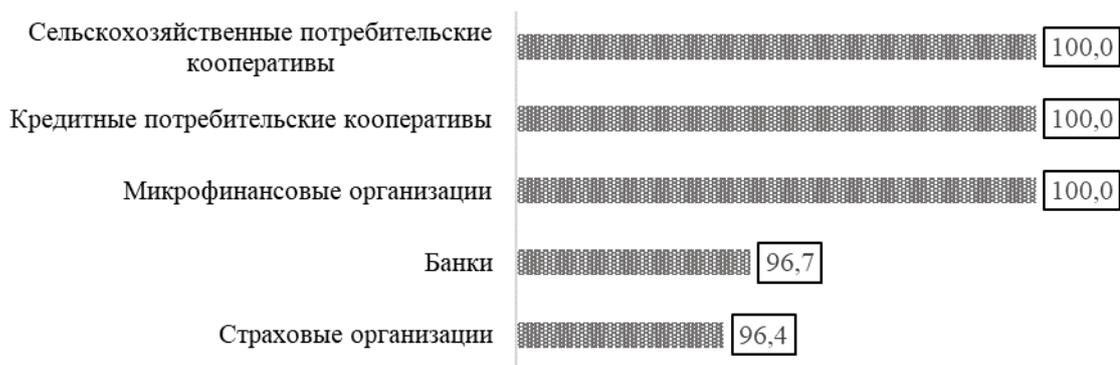


Рис. 1.5. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства удобством расположения различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

Деятельность различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия оценивается субъектами малого и среднего предпринимательства преимущественно позитивно. Высокий уровень удовлетворенности, превышающий плановые показатели Министерства экономического развития Российской Федерации, установленные на уровне 65 %<sup>5</sup>, фиксируется по всем типам финансовых организаций. В частности, по отношению к сельскохозяйственным потребительским кооперативам он составляет 100,0 %, микрофинансовым организациям — 97,2 %, страховым организациям — 97,0 %, банковскому сектору — 96,0 %, кредитным потребительским кооперативам — 85,7 % (рис. 1.6).

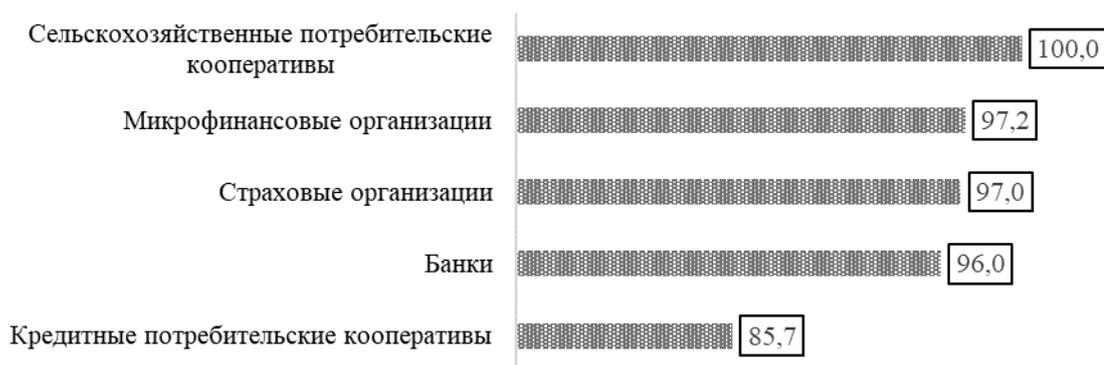


Рис. 1.6. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства работой различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от тех, кто обращался в данные организации

<sup>5</sup> 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.

Негативные оценки предпринимателей по поводу работы различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия отмечаются в диапазоне от 2,8 до 14,3 %. В целом это может свидетельствовать о том, что деятельность кредитных и сельскохозяйственных потребительских кооперативов, микрофинансовых и страховых организаций, а также банковского сектора направлена не только на рост своего финансового капитала, но и 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 (79,4 %). На втором месте — кредитные продукты (38,5 %), далее располагаются страховые услуги (34,8 %) и сбережение и размещение свободных денежных средств (23,9 %) (рис. 1.7).

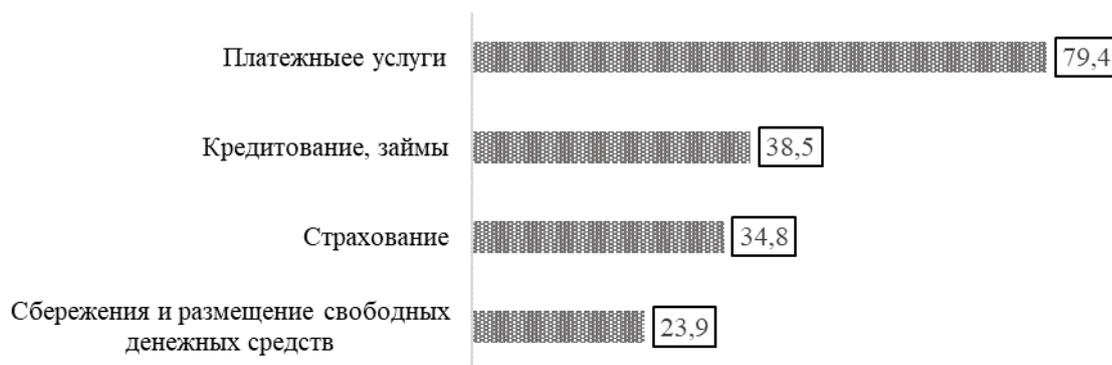


Рис. 1.7. Наиболее востребованные среди субъектов малого и среднего предпринимательства финансовые продукты и услуги, %

Удовлетворенность предпринимателей различными финансовыми продуктами и услугами оценивалась по следующим характеристикам: доступность, стоимость, качество.

Субъекты малого и среднего бизнеса высоко оценивают доступность предоставляемых финансовых услуг — уровень удовлетворенности данным параметром по различным типам финансовых услуг варьируется от 90,4 % до 98,5 % (рис. 1.8).

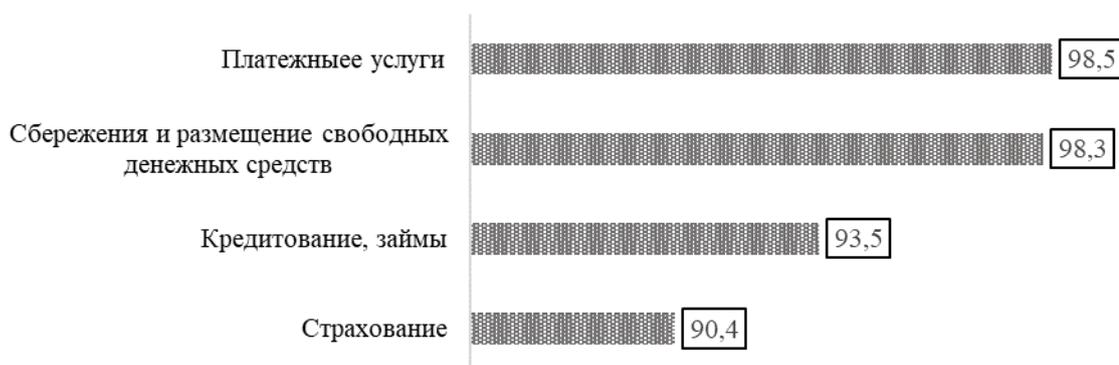


Рис. 1.8. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства доступностью финансовых услуг, % от тех, кто получал данные услуги

Наряду с доступностью предоставляемых финансовых услуг предприниматели высоко оценивают их качество. Наибольший уровень удовлетворенности отмечается по отношению к платежным услугам (96,7 %). Далее следуют кредитование и займы (96,3 %), сбережения и размещение свободных денежных средств (91,1 %) и страхование (83,8 %) (рис. 1.9).

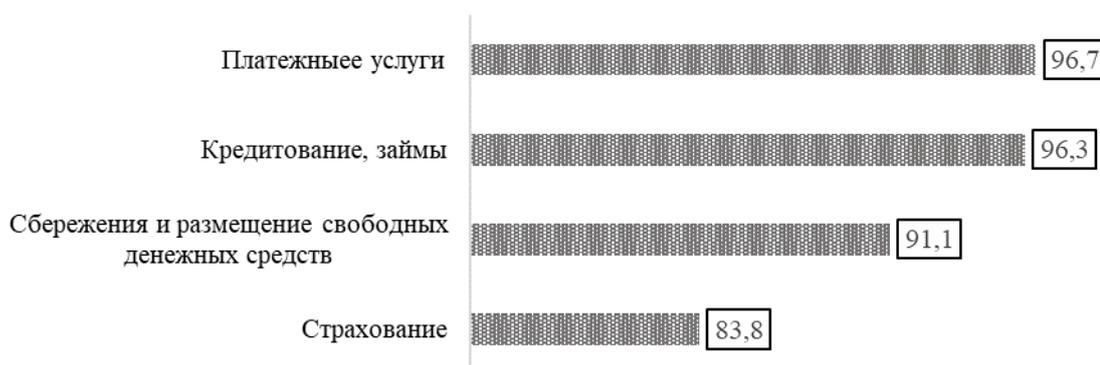


Рис. 1.9. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства качеством финансовых услуг % от тех, кто получал данные услуги

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

Стоимость финансовых продуктов и услуг устраивает предпринимателей в меньшей степени, чем качество. Все же оценки удовлетворенности представителей бизнеса стоимостью финансовых услуг довольно высокие по услугам сбережения и размещения свободных денежных средств (83,6 %), по

платежным (82,3 %) и страховым (70,2 %) услугам (рис. 1.10). Неудовлетворительные ответы респондентов относительно уровня цен часто фиксируются по услугам кредитования и займов (53,0 %).

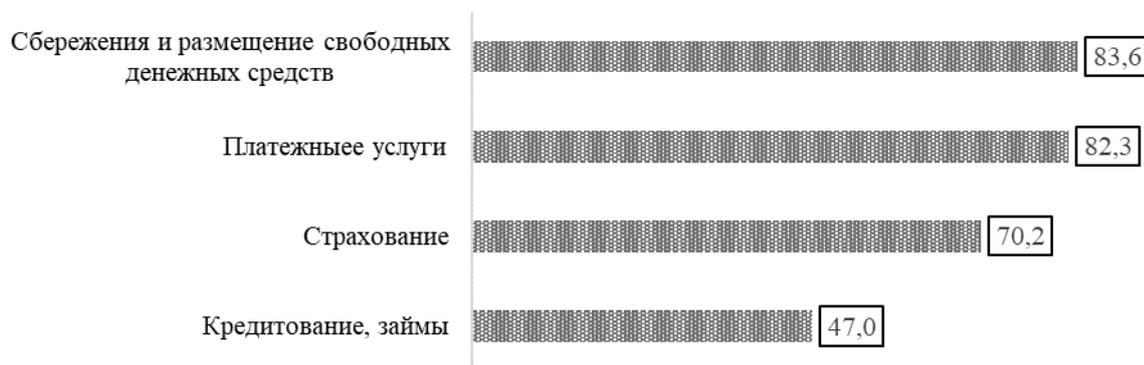


Рис. 1.10. Удовлетворенность субъектов малого и среднего предпринимательства стоимостью финансовых услуг, % от тех, кто получал данные услуги

Несмотря на высокую стоимость кредитных продуктов для бизнеса, его кредитование в Российской Федерации в 1 полугодии 2020 г. возросло. Объем кредитов юридическим лицам за этот период увеличился на рекордные 7,4 % и составил 41,7 трлн. рублей<sup>6</sup>. Предприниматели стремятся компенсировать падение выручки из-за введения карантинных мер, девальвации рубля и вызванного этими процессами кризиса экономики. Прогнозируемое снижение ключевой ставки Центрального Банка Российской Федерации в 2020 г. приведет к снижению стоимости кредитных средств, что, несомненно, станет стимулом для роста их привлекательности для бизнеса.

<sup>6</sup> См.: Российские банки: финансовые итоги 1 полугодия 2020 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.finversia.ru/publication/rossiiskie-banki-finansovye-itogi-1-polugodiya-2020-goda-78986/> (дата обращения: 20.10.2020).

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

В последние годы вопросам обеспечения доступности финансовых услуг в Российской Федерации уделяется повышенное внимание. Финансовая доступность предполагает создание условий и правил на финансовом рынке, когда все дееспособное население страны, а также субъекты малого и среднего предпринимательства независимо от места своего проживания, уровня дохода, ограничений здоровья имеют возможность использования широкого спектра финансовых услуг путем физической возможности их получения различными способами<sup>7</sup>.

Другой неотъемлемой частью финансовой доступности является финансовая грамотность, которая помогает разным социальным группам разобраться и выбрать финансовые сервисы и продукты для решения своих задач, избежать информационных угроз и мошенничества, оценить преимущества и риски от отдельных финансовых услуг<sup>8</sup>.

По результатам проведенного исследования, большинство населения региона (82,5 %) в течение последних двенадцати месяцев пользовалось финансовыми продуктами и услугами, предоставляемыми различными типами финансовых организаций. Наиболее востребованными среди них выступили услуги по обслуживанию зарплатных карт (91,0 %) и деятельность по сопровождению денежных переводов и платежей (37,8 %). Напротив, почти не пользовались спросом среди населения микрорайоны, инвестиционные услуги и брокерские счета (рис. 2.1).

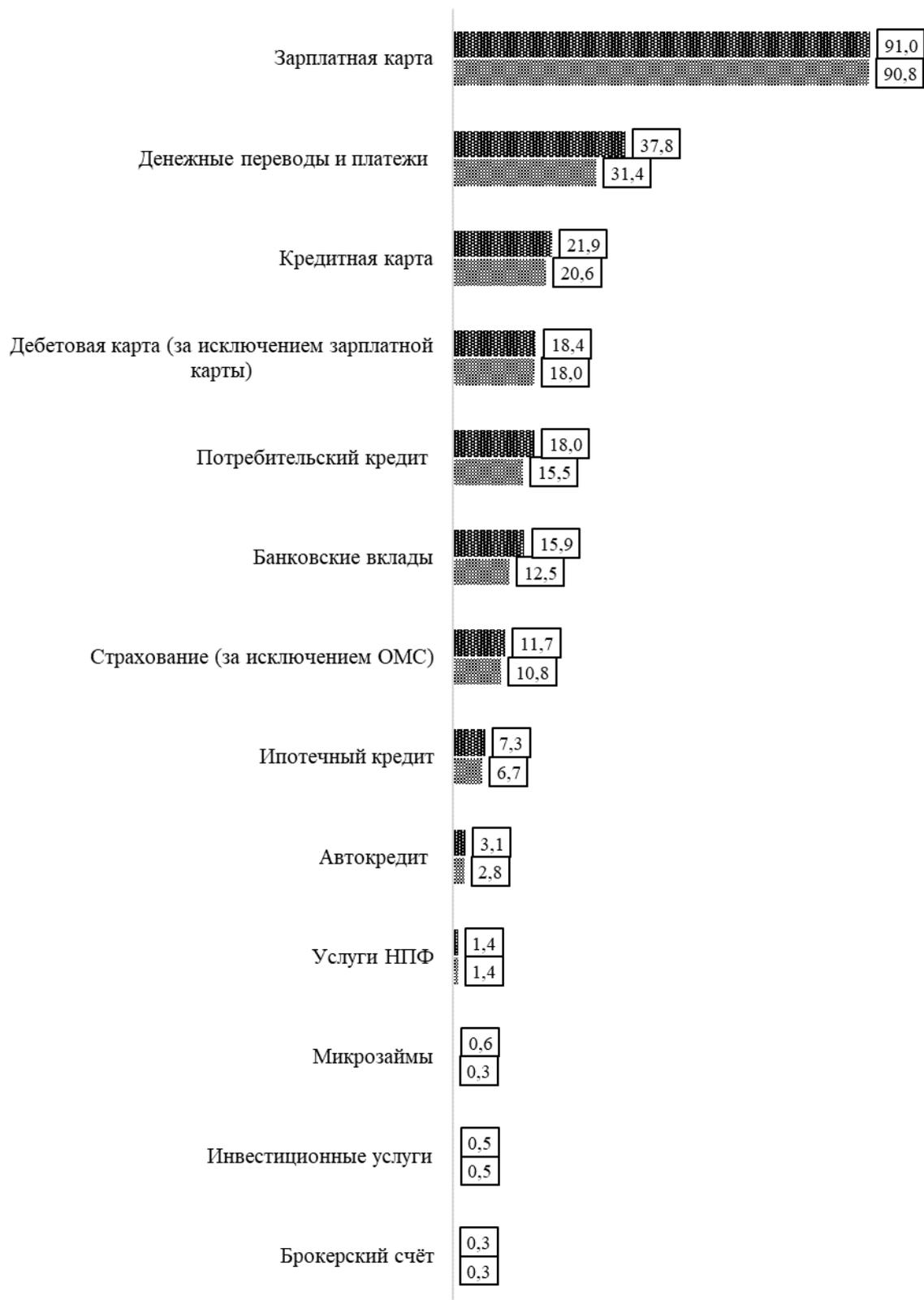
Необходимо отметить, что динамика в пользовании теми или иными финансовыми продуктами и услугами практически отсутствует. Т.е. доля респондентов, которые пользовались ими в течение последних двенадцати месяцев практически полностью соответствует доли тех, кто продолжал пользоваться ими на момент проведения настоящего исследования. Наиболее значимые расхождения наблюдаются в отношении денежных переводов и пла-

---

<sup>7</sup> См.: Уровень доступности финансовых услуг в Российской Федерации: отчет по результатам комплексного исследования среди потребителей и поставщиков финансовых услуг / Совместный проект Минфина России и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации». – М., 2016. – 135 с.

<sup>8</sup> См.: Развитие финансового рынка [Электронный ресурс]. – URL: <https://cbr.ru/develop/> (дата обращения: 22.10.2020).

тежей, а также банковских вкладов, где соответственно 6,4 и 3,4 % указали на прекращение использования данных финансовых продуктов.



\* Продолжают пользоваться сейчас

\*\* Пользовались в течение последних двенадцати месяцев

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

Большая часть населения предпочитает контактные способы получения финансовых продуктов и услуг: в первую очередь, посредством банкоматов, терминалов (81,1 %) и личных посещений (68,2 %). Впрочем, необходимо отметить, что, несмотря на усиливающуюся цифровизацию финансовой отрасли, значительную часть предложений финансовых организаций нельзя получить в удаленном режиме.

Дистанционные способы получения финансовых услуг находятся в процессе перехода к массовому внедрению. Свыше трети жителей региона (39,9 %) используют специализированные приложения для планшетов или смартфонов, четверть (26,3 %) — сайт для компьютера или ноутбука, пятая часть (18,7 %) — сайт для планшета или смартфона. Еще 15,3 % пользуются СМС-командами на короткий номер для совершения различных финансовых операций.

Способ получения финансовых продуктов и услуг в значительной степени опосредован их спецификой. Так, например, чаще, чем в среднем по выборке, респонденты предпочитают личное посещение организаций при получении микрозаймов (90,0 %), услуг негосударственных пенсионных фондов (86,2 %), инвестиционных услуг (83,3 %) и обслуживании банковских вкладов (83,2 %). К банкоматам, терминалам несколько чаще остальных обращаются получатели ипотечных кредитов (92,2 %), обладатели дебетовых карт (90,5 %) и те, кто занимает у микрофинансовых организаций (90,0 %). Специализированные приложения для планшетов или смартфонов более востребованы среди получателей инвестиционных услуг (83,3 %), держателей брокерских счетов (81,8 %) и тех, кто обращается в негосударственные пенсионные фонды (75,9 %). По остальным категориям услуг сравнения не представляются возможными ввиду малой наполненности групп.

Каждый третий опрошенный (34,5 %) заявляет о том, что не сталкивался с трудностями при использовании финансовых продуктов и услуг. Наиболее явными проблемами являются отдаленность расположения банкоматов, терминалов (24,0 %), недостаток собственных знаний и опыта (23,6 %), недостаток собственных денежных средств (23,1 %) (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Проблемы, существующие при получении населением финансовых продуктов и услуг, % от числа тех, кто пользовался финансовыми продуктами и услугами

Все возникающие барьеры можно сгруппировать 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 (34,4 %), ментальный (32,3 %) и финансовый (28,6) (рис. 2.3).

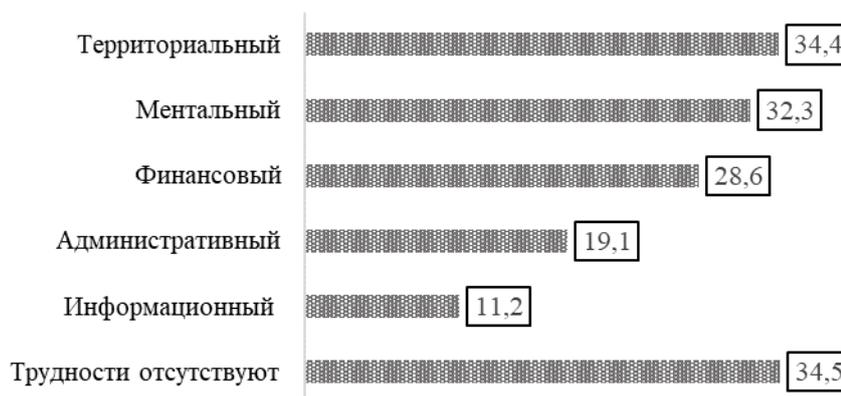


Рис. 2.3. Характер проблем, существующих при получении населением финансовых продуктов и услуг, %

Необходимо отметить, что выделенные барьеры в ряде случаев имеют выраженную локальную специфику. В частности, жителям сельских населенных пунктов гораздо чаще горожан приходится сталкиваться с проблемами территориального (43,1 против 29,6 %), ментального (28,2 против 39,9 %) и информационного (17,0 против 22,8 %) характера. Другие дифференцирующие факторы, выделенные на основании социально-демографических характеристик респондентов, не являются значимыми.

Тем не менее, несмотря на то, что в общей сложности около двух третей жителей региона (65,5 %) указывают на существующие проблемы при получении финансовых продуктов и услуг, большая часть респондентов (63,2 %) придерживается мнения, что в динамике их стало меньше и сегодня воспользоваться предложениями финансовых организаций проще, чем двенадцать месяцев назад. Обратной точки зрения придерживается менее пятой части опрошенных (16,5 %) (рис. 2.4).

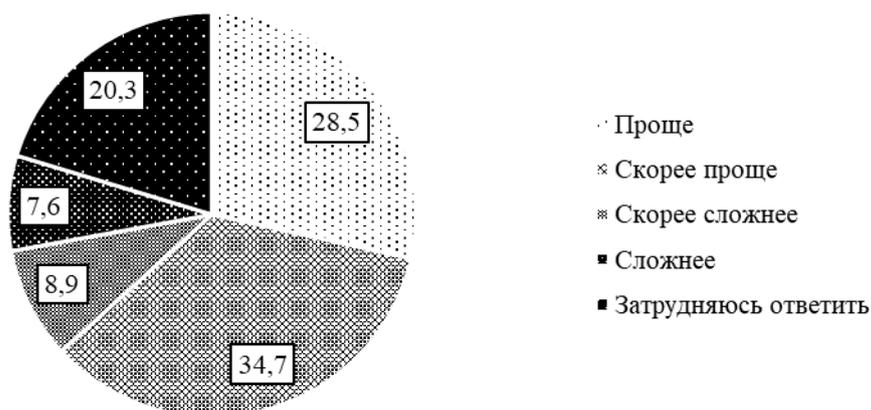


Рис. 2.4. Субъективное восприятие населением динамики возможности использования финансовых продуктов и услуг за двенадцать месяцев, %

Снижению ментальных и информационных барьеров может способствовать повышение финансовой грамотности населения, которое в соответствии с действующим Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации является одним из мероприятий, направленных на развитие конкуренции и подлежащих включению в региональные «дорожные карты». Как правило, недостаточный уровень финансовой грамотности негативным образом сказывается на уровне доверия населения к финансовым организациям в целом, существенно ограничивая финансовые практики людей и приводя их к нерациональному экономическому поведению, сдерживая повсеместное распространение дистанционных способов доступа к предложениям финансовых организаций и препятствуя развитию сложных финансовых продуктов и услуг.

По результатам проведенного нами исследования, каждый второй житель Республики Мордовия (54,1 %) оценивает уровень своих финансовых знаний как умеренный, которого в целом хватает для того, чтобы пользоваться большинством финансовых продуктов и услуг. Примерно каждый четвертый респондент (23,4 %) считает, что его знаний в финансовой сфере недостаточно или же они полностью отсутствуют. При этом чаще всего — это жители сельских территорий (27,5 %). Только лишь каждый восьмой опрошенный (13,0 %) уверен в том, что уровень его финансовых знаний является высоким или очень высоким (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Уровень финансовых знаний населения, %

Представители малого и среднего предпринимательства представляют собой наиболее активную часть потребителей финансовых услуг. Развитие доступа к финансовым услугам для малого бизнеса является важной задачей, способствующей формированию благоприятного предпринимательского климата.

Согласно результатам проведенного среди них опроса, в настоящее время большинство (73,3 %) пользуется финансовыми продуктами и услугами банков, в страховые организации обращаются 23,9 % респондентов, в микрофинансовые — 9,7 %. Услуги кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов мало востребованы у предпринимателей (3,6 %) (рис. 2.6).

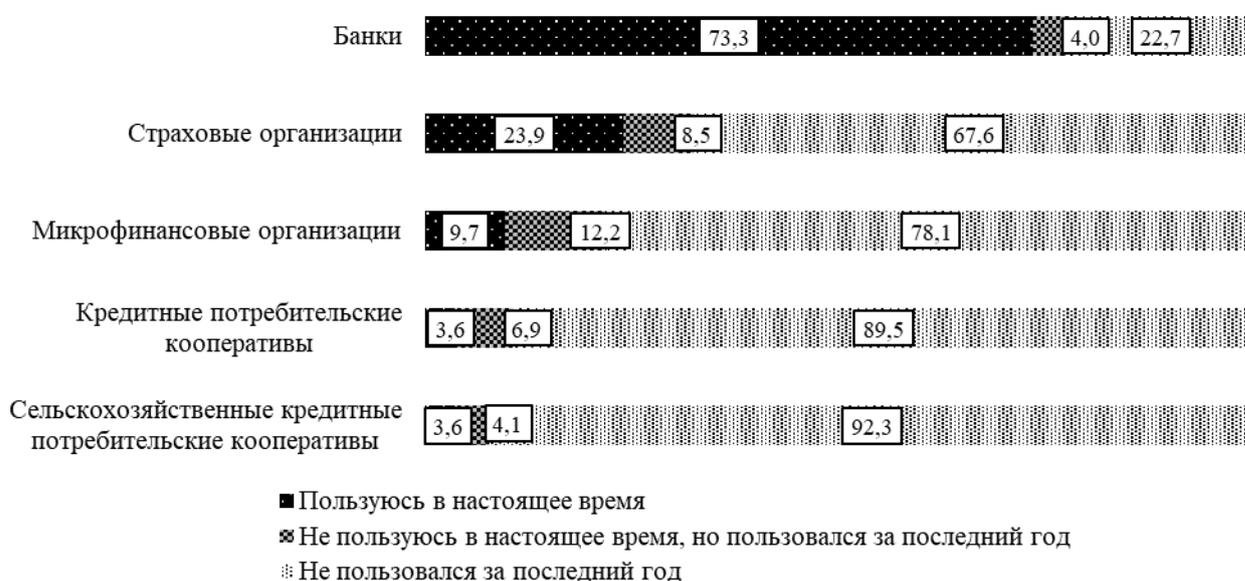


Рис. 2.6. Использование субъектами малого и среднего предпринимательства услуг различных финансовых организаций, %

Кроме того, в течение последнего года часть субъектов малого и среднего предпринимательства также прибегала к услугам различных финансовых организаций, но на момент проведения исследования ими уже не пользовалась. Таким образом, за последний год финансовые продукты и услуги банков были востребованы у 77,3 % опрошенных предпринимателей, услуги страховых организаций — 32,7 %, микрофинансовых организаций — 21,8 %, кредитных потребительских кооперативов — 10,5 %, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов — 7,7 %. При этом юридические лица чаще, чем индивидуальные предприниматели обращались в банки (82,3 % и 74,2 % соответственно), микрофинансовые (25,0 % и 19,9 %) и страховые (38,6 % и 28,5 %) организации.

Наиболее популярным способом доступа к финансовым услугам у предпринимателей является личное посещение организации. С целью получения

услуг страхования финансовую организацию посещают 95,3 % представителей малого и среднего бизнеса, для оформления кредитов и займов — 91,6 %, за сбережением и размещением свободных денежных средств лично обращаются 79,7 % респондентов. Данным способом совершают платежи 57,1 % опрошенных предпринимателей, но также часто они применяют для этого мобильные устройства (56,6 %) (рис. 2.7).

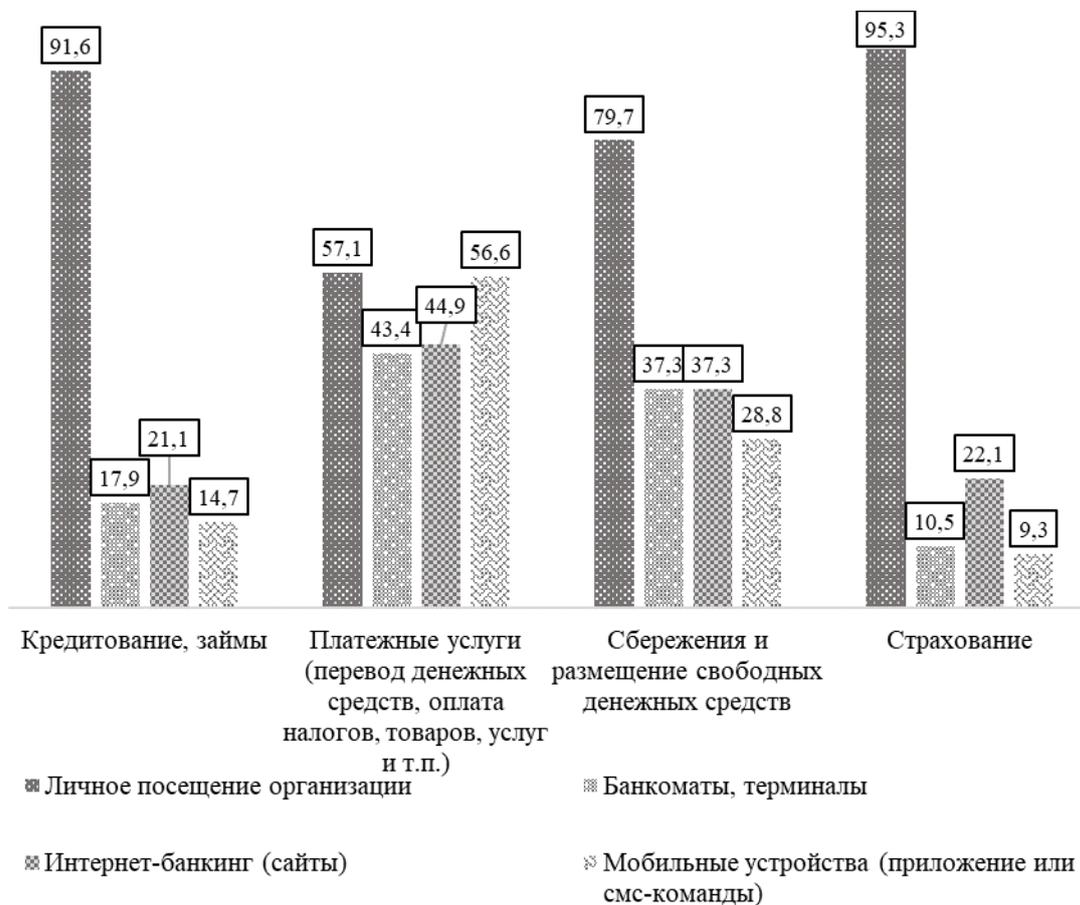


Рис. 2.7. Способы получения финансовых услуг субъектами малого и среднего предпринимательства, %

Банкоматы и терминалы предприниматели предпочитают использовать для платежей (43,4 %), сбережения и размещения свободных денежных средств (37,3 %). Относительно услуг кредитования и займов данные устройства востребованы у 17,9 % респондентов.

Интернет-банкинг наиболее популярен у представителей бизнеса также при осуществлении платежей (44,9 %) и получении сберегательных услуг (37,3 %). Через личные кабинеты на сайтах финансовых организаций за кредитованием и займами обращаются 21,1 % предпринимателей, а 22,1 % — за услугами страхования.

Посредством мобильных устройств почти каждый третий (28,8 %) предприниматель получает услуги по сбережению и размещению свободных денежных средств, 14,7 % — по кредитованию и займам. Данный способ взаимодействия, равно как и банкоматы, терминалы, мало используется при страховании.

Более половины опрошенных представителей малого и среднего предпринимательства (56,7 %) не сталкиваются с трудностями при получении финансовых услуг. Значительного барьера для доступа предпринимателей к финансовым услугам не обнаружено. Среди проблем респонденты чаще указывают неудовлетворительную стоимость финансовых продуктов и услуг (13,0 %), сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов (12,1 %) и недостаток информации об услуге (11,7 %) (рис. 2.8).

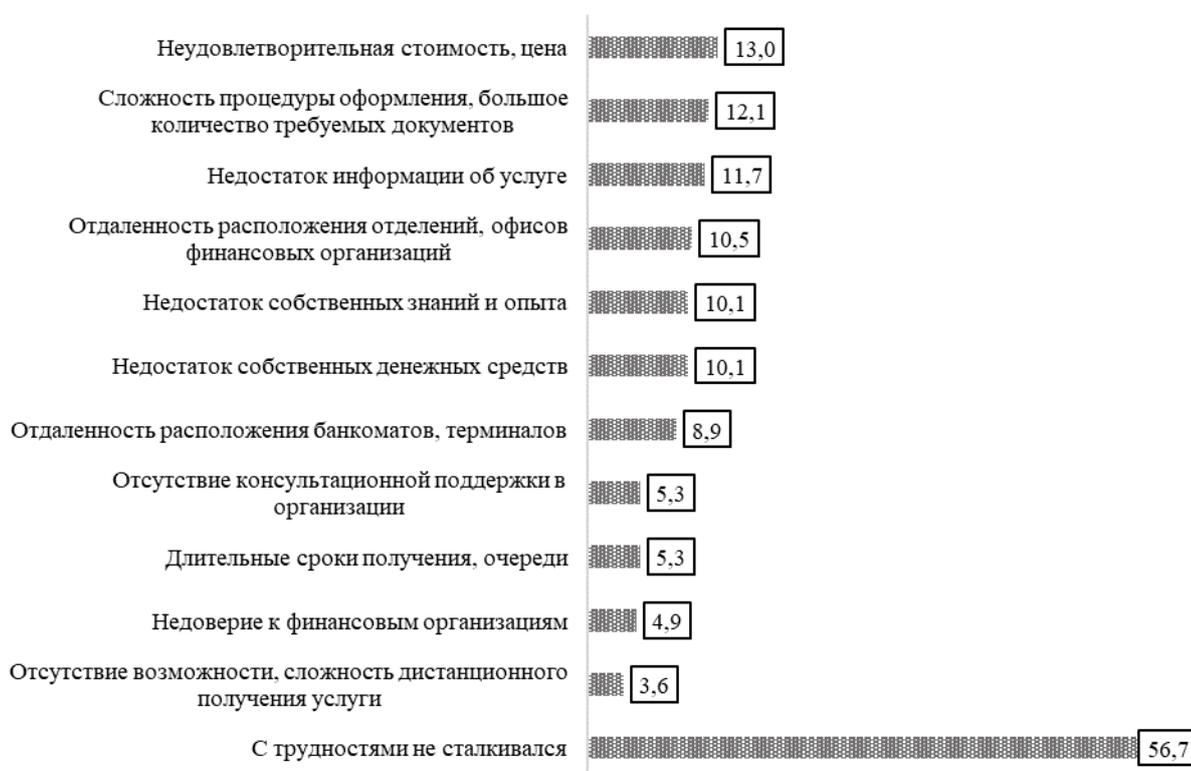
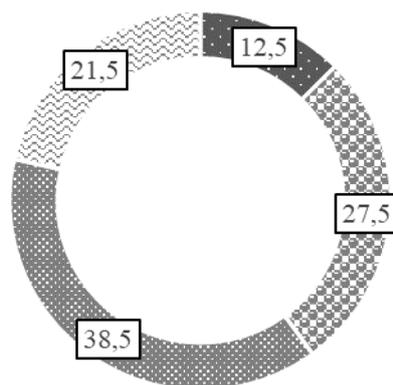


Рис. 2.8. Проблемы, существующие при получении субъектами малого и среднего предпринимательства финансовых услуг, %

В зависимости от формы ведения предпринимательской деятельности наблюдаются некоторые различия в ответах респондентов при характеристике проблем. Так, индивидуальные предприниматели чаще, чем юридические лица, ссылаются на недостаток собственных знаний и опыта (13,2 % и 5,2 % соответственно) и, наоборот, реже отмечают сложность процедуры оформления и большое количество требуемых документов (9,9 % и 15,6 %).

Большая часть представителей малого и среднего бизнеса (38,5 %) придерживается мнения, что уровень барьеров при доступе к финансовым услугам за последние три года снизился. Не замечает изменений каждый четвертый (27,5 %) предприниматель; примерно каждый десятый (12,5 %) считает, что количество барьеров увеличилось (рис. 2.9). Снижение уровня барьеров очевидно для половины (49,0 %) опрошенных юридических лиц и трети индивидуальных предпринимателей (31,8 %).



■ Повысился ◊ Остался без изменений ■ Снизился ✕ Затрудняюсь ответить

Рис. 2.9. Оценка динамики уровня барьеров при доступе субъектов малого и среднего предпринимательства к финансовым услугам за последние три года, %

Доступность финансовых услуг связана с качественными финансовыми знаниями их потребителей. Расширение линейки финансовых продуктов, их цифровизация в современных условиях развития рынка финансовых услуг делают финансовую грамотность насущной потребностью предпринимателей. Финансовые знания и навыки способствуют принятию правильных решений для обеспечения финансового благополучия бизнеса.

Более половины опрошенных предпринимателей (57,1 %) оценивают свои знания, навыки и умения по управлению финансами как умеренные. Высокой и очень высокой считают свою финансовую грамотность 36,8 % представителей бизнеса и лишь у 6,1 % предпринимателей она низкая или отсутствует (рис. 2.10).



Рис. 2.10. Уровень финансовой грамотности субъектов малого и среднего предпринимательства, %

Юридические лица чаще, чем индивидуальные предприниматели отмечают достаточно высокий уровень своих финансовых знаний (44,8 % и 31,8 % соответственно). Таким его считают преимущественно представители бизнеса с большим опытом работы: 44,0 % респондентов со стажем работы от 10 до 20 лет и 42,8 % — более 20 лет.

## Заключение

На экономику страны в целом, так и ее регионов все большее значение оказывает влияние состояние финансовых рынков, обеспечивающих ее потребности в инвестициях. Учитывая то, что финансовый рынок страны формируется в условиях трансформационных процессов, он требует проведения тщательных исследований.

Результаты социологических опросов населения и субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия показали, что наиболее высокий уровень информированности у респондентов сформирован в отношении банковского сектора, другие типы финансовых организаций в силу своей специфики зачастую не ориентированы на массового потребителя. Удовлетворенность населения выбором банков составляет 80,7 %. Большинство населения в той или иной степени довольны их работой в целом. Субъекты малого и среднего предпринимательства оценивают уровень удовлетворенности возможностью выбора и работой различных финансовых организаций в Республике Мордовия несколько выше, чем население. Наиболее высокую оценку по этим параметрам получили сельскохозяйственные потребительские кооперативы, работа которых в этом направлении устраивает абсолютно всех опрошенных представителей бизнеса. Однако и по другим типам финансовых учреждений уровень удовлетворенности достаточно высокий.

Практически каждый житель региона за последние двенадцать месяцев пользовался теми или иными финансовыми продуктами и услугами и не прекратил эти практики на момент проведения исследования. Наиболее востребованной услугой выступает обслуживание зарплатных карт, следом за ней с большим отрывом идет сопровождение денежных переводов и платежей. Низкий уровень спроса фиксируется по отношению к микрозаймам, инвестиционным услугам и брокерским счетам.

Предприниматели в основном пользуются финансовыми продуктами и услугами банков. Реже они прибегают к услугам страховых и микрофинансовых организаций. Кредитные потребительские кооперативы и сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы не пользуются популярностью у представителей малого и среднего бизнеса.

Наиболее распространенными среди предпринимателей финансовыми услугами являются платежи, в том числе переводы денежных средств, оплата товаров, услуг и налогов. Далее по уровню востребованности следуют кредитные продукты, страховые услуги и сбережение, размещение свободных денежных средств.

В большинстве случаев финансовые продукты и услуги не противоречат возлагаемым на них потребительским ожиданиям. Так, среди тех, кто пользовался теми или иными предложениями различных финансовых организаций, доля положительных отзывов превышает пятидесятипроцентный рубеж. Наибольшая лояльность населения фиксируется в отношении зарплатных, кредитных и дебетовых карт, денежных переводов и платежей, а также инвестиционных услуг. Ниже всех остальных оцениваются услуги негосударственных пенсионных фондов и банковские вклады.

Представителей малого и среднего бизнеса в большей степени устраивает доступность различных финансовых услуг. Далее по уровню удовлетворенности следует их качество. Меньше позитивных ответов встречается при оценке предпринимателями стоимости финансовых продуктов.

Высокий уровень удовлетворенности субъектов малого и среднего бизнеса доступностью финансовых услуг фиксируется для всех их типов (90,0 % и выше). Также достаточно высоко предприниматели оценивают качество финансовых услуг — уровень удовлетворенности выше 80,0 %. Наибольшие оценки по данным параметрам получили платежные операции.

Стоимость финансовых продуктов напрямую связана с ростом издержек предпринимателей и поэтому вызывает у них замечания. Наибольшее недовольство фиксируется относительно цены, которую им приходится платить за пользование кредитами и займами. В то же время представители бизнеса в основном удовлетворены стоимостью услуг, касаемых сбережения и размещения свободных денежных средств, платежей и страхования.

Доминирующими формами взаимодействия между населением и финансовыми организациями являются контактные способы получения финансовых продуктов и услуг — посредством банкоматов, терминалов и личных посещений. Дистанционные способы развиваются и, по нашим оценкам, охватывают около половины населения Республики Мордовия. Однако, на сегодняшний день ряд финансовых продуктов и услуг по-прежнему нельзя получить удаленно, без посещения финансовых организаций.

Личное посещение финансовых организаций является у предпринимателей приоритетным при получении всех основных видов финансовых услуг. Исключение составляют платежи и переводы денежных средств, которые также часто осуществляются посредством мобильных устройств.

Около двух третей респондентов заявляют о наличии на финансовых рынках региона тех или иных проблем. Преимущественно они связаны с территориальными (отдаленность расположения отделений, офисов финансовых

организаций; отдаленность расположения банкоматов, терминалов; отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги), ментальными (недостаток собственных знаний и опыта; недоверие к финансовым организациям) и финансовыми (недостаток собственных денежных средств; неудовлетворительная цена, стоимость) факторами. При этом в динамике, по мнению населения, финансовые продукты и услуги становятся доступнее, получить их проще.

При получении финансовых услуг большая часть предпринимателей с проблемами не сталкиваются. Явного барьера для доступа к финансовым услугам выявлено не было. На определенные трудности ссылается незначительная доля опрошенных представителей малого и среднего бизнеса. В динамике предприниматели заметили снижение уровня барьеров при доступе к финансовым услугам.

Уровень своей финансовой грамотности каждый второй принимавший участие в опросе житель Республики Мордовия оценивает преимущественно как умеренный. На недостаток компетенций жалуется каждый четвертый опрошенный, причем среди них заметно больше сельского населения. О высоком уровне финансовых знаний заявляет каждый восьмой житель региона.

Также свою финансовую грамотность считают умеренной более половины опрошенных предпринимателей. Вместе с тем достаточно высокий уровень знаний в области управления своими финансами отмечает третья часть представителей бизнеса. Преимущественно это юридические лица и предприниматели с большим опытом работы.

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 (сокращение не является целесообразным в связи с тем, что для большинства жителей региона личное взаимодействие пока остается основным способом получения финансовых услуг);

— 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 финансовых знаний населения и субъектов малого и среднего бизнеса о предлагаемых финансовых продуктах и услугах, мошеннических действиях и противодействию им;

— 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 финансового рынка будет способствовать реализация системных мероприятий, разработанных Банком России в рамках Основных направлений развития финансового рынка Российской Федерации на период 2019—2021 годов и Плана мероприятий («дорожной карты») по реализации основных направлений развития финансового рынка Российской Федерации на период 2019—2021 годов.

Резюмируя вышеизложенное, отметим, что в ближайшем будущем развитие IT-технологий приведет к тому, что предлагаемый сервис финансовых организаций и удобство использования их услуг будут качественно меняться в лучшую сторону, а экономия времени и финансовая выгода достанется и учреждениям, и их клиентам. Вполне вероятно, что ускорению этих процессов способствует цифровизация всех отраслей экономики, темпы которой на сегодняшний день превышают плановые значения, установленные в государственных документах, в первую очередь — ввиду необходимости реагирования на вызовы, связанные с пандемией COVID-19.

**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  
**Удовлетворены ли Вы возможностью выбора различных финансовых организаций?, %**

Организация	Вариант ответа				
	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить/отказ от ответа
Банк	54,8	25,9	5,7	2,2	11,4
Микрофинансовая организация	20,3	12,8	5,5	5,9	55,5
Ломбард	15,2	11,5	5,8	5,7	61,8
Кредитный потребительский кооператив	17,0	11,3	5,6	6,6	59,5
Сельскохозяйственный потребительский кооператив	14,7	10,4	5,4	5,6	63,9
Страховая организация	27,7	20,5	7,0	4,8	40,0
Негосударственный пенсионный фонд	19,6	15,4	5,9	6,7	52,4
Брокерская организация	12,4	9,7	5,2	7,1	65,6

Таблица 2  
**Удовлетворены ли Вы в целом работой различных финансовых организаций?, %**

Организация	Вариант ответа				
	Удовлетворен	Скорее удовлетворен	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить/отказ от ответа
Банк	49,2	30,6	5,1	3,0	12,1
Микрофинансовая организация	14,3	12,3	5,2	6,6	61,6
Ломбард	10,5	10,1	4,3	5,3	69,8
Кредитный потребительский кооператив	13,2	11,5	4,3	5,9	65,1
Сельскохозяйственный потребительский кооператив	11,8	10,3	4,2	5,4	68,3
Страховая организация	21,0	21,3	5,7	5,8	46,2
Негосударственный пенсионный фонд	13,8	14,2	5,8	5,9	60,3
Брокерская организация	10,0	8,5	4,9	5,3	71,3

Таблица 3

**Какими из перечисленных финансовых продуктов и услуг Вы пользовались?\*, %**

Финансовый продукт/услуга	Пользовались в течение последних двенадцати месяцев	Продолжают пользоваться сейчас
Зарплатная карта, в т.ч. для начисления пенсий, стипендий и т.д.	91,0	90,8
Дебетовая карта (за исключением зарплатной карты)	18,4	18,0
Кредитная карта	21,9	20,6
Потребительский кредит	18,0	15,5
Ипотечный кредит	7,3	6,7
Автокредит	3,1	2,8
Банковские вклады	15,9	12,5
Денежные переводы и платежи	37,8	31,4
Микрозаймы	0,6	0,3
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	11,7	10,8
Услуги негосударственных пенсионных фондов	1,4	1,4
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, доверительное управление)	0,5	0,5
Брокерский счет	0,3	0,3

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

**Удовлетворены ли Вы в целом различными финансовыми  
продуктами и услугами?,  
% от числа тех, кто пользовался финансовыми продуктами и услугами**

Финансовый продукт/услуга	Вариант ответа				
	Удовлетво- рен	Скорее удовлетво- рен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудняюсь отве- тить/отказ от ответа
Зарплатная кар- та, в т.ч. для начисления пен- сий, стипендий и т.д.	73,8	21,2	2,9	1,5	0,5
Дебетовая карта (за исключением зарплатной кар- ты)	64,6	21,2	5,3	1,8	7,1
Кредитная карта	61,9	24,5	4,3	5,8	3,6
Потребительский кредит	37,8	36,1	11,8	6,7	7,6
Ипотечный кре- дит	31,4	33,3	17,6	7,8	9,8
Автокредит	37,5	29,2	4,2	16,7	12,5
Банковские вклады	29,5	24,1	19,6	15,2	11,6
Денежные пере- воды и платежи	58,0	25,3	3,7	2,2	10,8
Микрозаймы	50,0	12,5	12,5	—	25,0
Страхование (за исключением обязательного медицинского страхования)	43,0	30,7	11,4	6,1	8,8
Услуги негосу- дарственных пенсионных фондов	31,0	24,1	17,2	17,2	10,3
Инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, довери- тельное управле- ние)	33,3	50,0	—	16,7	—
Брокерский счет	54,5	18,2	18,2	—	9,1

Таблица 5

**Какие способы получения финансовых продуктов и услуг Вы использовали?\***  
% от числа тех, кто пользовался финансовыми продуктами и услугами

Вариант ответа	%
1. Личное посещение организации	68,2
2. Банкоматы, терминалы	81,1
3. Специализированное приложение для планшета или смартфона	39,9
4. Сайт для компьютера или ноутбука	26,3
5. Сайт для планшета или смартфона	18,7
6. СМС-команды на короткий номер	15,3
7. Другое	0,2

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

Таблица 6

**Какие трудности, по Вашему мнению, существуют при получении финансовых продуктов и услуг?\***  
% от числа тех, кто пользовался финансовыми продуктами и услугами

Вариант ответа	%
1. Отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций	17,8
2. Отдаленность расположения банкоматов, терминалов	24,0
3. Недостаток информации об услуге	14,3
4. Отсутствие консультационной поддержки в организации	6,1
5. Недостаток собственных знаний и опыта	23,6
6. Отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги	6,7
7. Сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов	8,1
8. Длительные сроки получения, очереди	6,6
9. Недоверие к финансовым организациям	14,8
10. Недостаток собственных денежных средств	23,1
11. Неудовлетворительная стоимость, цена	11,3
12. Трудности отсутствуют	34,5
13. Другое	0,5

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

Таблица 7

**Как Вы считаете, воспользоваться финансовыми продуктами и услугами сегодня стало проще, чем двенадцать месяцев назад?, %**

Вариант ответа	%
1. Да	28,5
2. Скорее да	34,7
3. Скорее нет	8,9
4. Нет	7,6
5. Затрудняюсь ответить/отказ от ответа	20,3

Таблица 8

**Как Вы оцениваете уровень своих финансовых знаний?, %**

Вариант ответа	%
1. Очень высокий	1,9
2. Высокий	11,1
3. Умеренный	54,1
4. Низкий	20,5
5. Знания отсутствуют	2,9
6. Затрудняюсь ответить/отказ от ответа	9,5

**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?, %**

Организация	Пользуюсь в настоящее время	Не пользуюсь в настоящее время, но пользовался за последний год	Не пользовался за последний год
1. Банки	73,3	4,0	22,7
2. Микрофинансовые организации	9,7	12,1	78,1
3. Кредитные потребительские кооперативы	3,6	6,9	89,5
4. Сельскохозяйственные кредитные потребительские кооперативы	3,6	4,0	92,3
5. Страховые организации	23,9	8,5	67,6

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
1. Банки	77,4	18,6	2,8	—	1,1
2. Микрофинансовые организации	69,4	27,8	2,8	—	—
3. Кредитные потребительские кооперативы	57,1	28,6	14,3	—	—
4. Сельскохозяйственные потребительские кооперативы	—	100,0	—	—	—
5. Страховые организации	68,2	28,8	3,0	—	—

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 удо- влетворен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудня- юсь отве- тить
1. Банки	75,0	23,0	2,0	—	—
2. Микрофинансовые организации	65,6	28,1	6,3	—	—
3. Кредитные потреби- тельские кооперативы	12,5	62,5	25,0	—	—
4. Сельскохозяйствен- ные потребительские кооперативы	33,3	66,7	—	—	—
5. Страховые организа- ции	57,1	37,5	5,4	—	—

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 удо- влетворен	Скорее не удовлетво- рен	Не удовле- творен	Затрудня- юсь отве- тить
1. Банки	77,9	18,8	1,9	1,3	—
2. Микрофинансовые организации	67,7	32,3	—	—	—
3. Кредитные потреби- тельские кооперативы	42,9	57,1	—	—	—
4. Сельскохозяйствен- ные потребительские кооперативы	—	100,0	—	—	—
5. Страховые организа- ции	60,7	35,7	3,6	—	—

Таблица 5

**Получали ли Вы следующие финансовые услуги?, %**

Услуга	Вариант ответа	
	Да	Нет
1. Кредитование, займы	38,5	61,5
2. Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, това- ров, услуг и т.п.)	79,4	20,6
3. Сбережения и размещение свободных денежных средств	23,9	76,1
4. Страхование	34,8	65,2

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
1. Кредитование, займы	59,1	34,4	3,2	3,2	—
2. Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т.п.)	79,4	19,1	—	—	1,5
3. Сбережения и размещение свободных денежных средств	91,4	6,9	—	—	1,7
4. Страхование	71,4	19,0	1,2	1,2	7,1

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
1. Кредитование, займы	24,1	22,9	34,9	18,1	—
2. Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т.п.)	54,5	27,8	13,6	2,8	1,1
3. Сбережения и размещение свободных денежных средств	72,7	10,9	10,9	3,6	1,8
4. Страхование	42,9	27,3	15,6	6,5	7,8

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
1. Кредитование, займы	45,1	51,2	1,2	1,2	1,2
2. Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т.п.)	74,6	22,1	1,1	0,6	1,7
3. Сбережения и размещение свободных денежных средств	78,6	12,5	1,8	3,6	3,6
4. Страхование	62,5	21,3	5,0	2,5	8,8

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)
1. Кредитование, займы	91,6	17,9	21,1	14,7
2. Платежные услуги (перевод денежных средств, оплата налогов, товаров, услуг и т.п.)	57,1	43,4	44,9	56,6
3. Сбережения и размещение свободных денежных средств	79,7	37,3	37,3	28,8
4. Страхование	95,3	10,5	22,1	9,3

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

Таблица 10

**С какими трудностями Вы сталкивались при получении финансовых услуг?\***

Вариант ответа	%
1. Отдаленность расположения отделений, офисов финансовых организаций	10,5
2. Отдаленность расположения банкоматов, терминалов	8,9
3. Недостаток информации об услуге	11,7
4. Отсутствие консультационной поддержки в организации	5,3
5. Недостаток собственных знаний и опыта	10,1
6. Отсутствие возможности, сложность дистанционного получения услуги	3,6
7. Сложность процедуры оформления, большое количество требуемых документов	12,1
8. Длительные сроки получения, очереди	5,3
9. Недоверие к финансовым организациям	4,9
10. Недостаток собственных денежных средств	10,1
11. Неудовлетворительная стоимость, цена	13,0
12. С трудностями не сталкивался	56,7
13. Другое	—

\*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?**

Вариант ответа	%
1. Повысился	12,6
2. Остался без изменений	27,5
3. Снизился	38,5
4. Затрудняюсь ответить	21,5

Таблица 12

**Оцените свою финансовую грамотность: знания, навыки и умения по управлению финансами?**

Вариант ответа	%
1. Очень высокая	2,8
2. Высокая	34,0
3. Умеренная	57,1
4. Низкая	4,5
5. Знания, навыки и умения отсутствуют	1,6