

Результаты опроса

по изучению
паттернов поведения
в финансовой сфере

Управление
коммуникаций,
маркетинга и рекламы

Как мы распоряжаемся деньгами и что для нас значит кредит? Готовы ли мы к неожиданностям и думаем ли о пенсии? Как совершаем покупки и насколько мы привязаны к наличным?



Ответы на эти вопросы раскрывает опрос, результаты которого рисуют сложную и многогранную картину финансовых привычек респондентов. Анализ данных позволил выявить не только очевидные тренды, но и скрытые противоречия в поведении.

Участие в опросе приняли **более 17,7 тыс.** респондентов
Прошли опрос до конца **12,5 тыс.** респондентов.



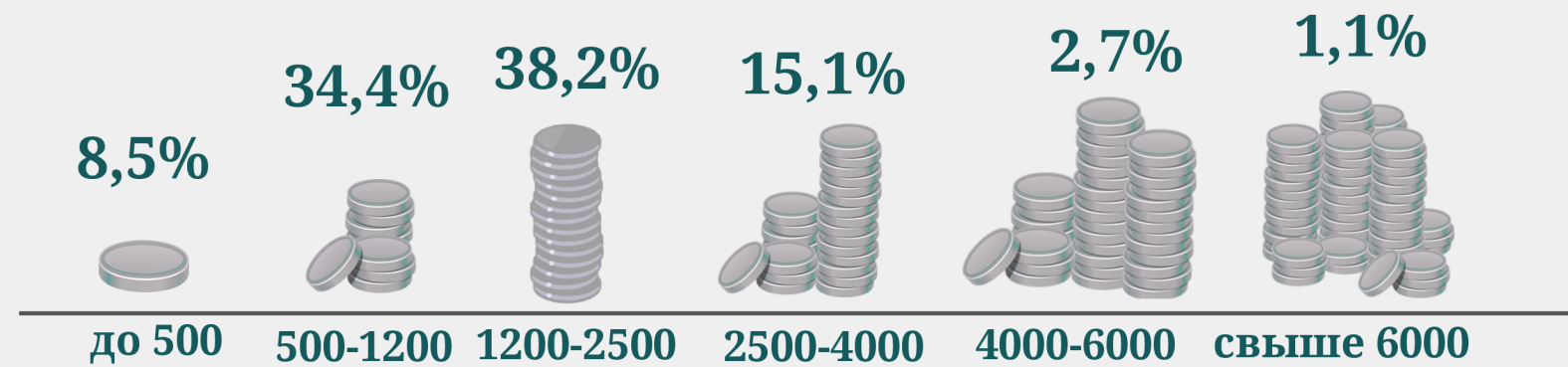
Исследование охватило все основные
категории экономически активного и
неактивного населения.
Широта состава и количество респондентов,
принявших участие в опросе, позволяют
считать результаты исследования
срезом общественного мнения.

Участники опроса

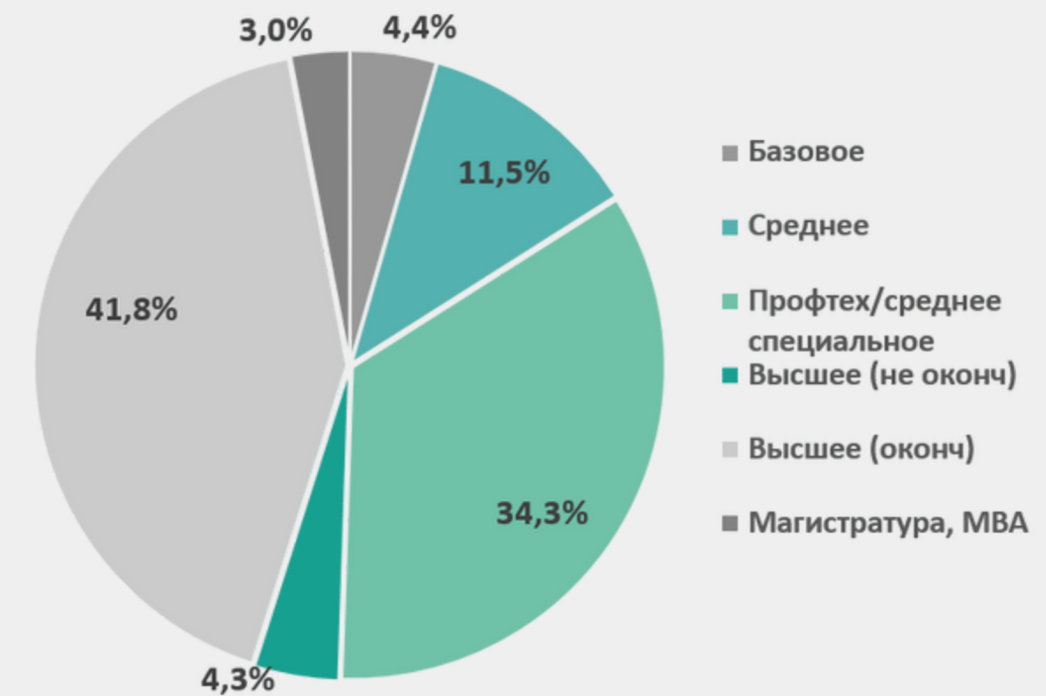
Пол



Уровень дохода



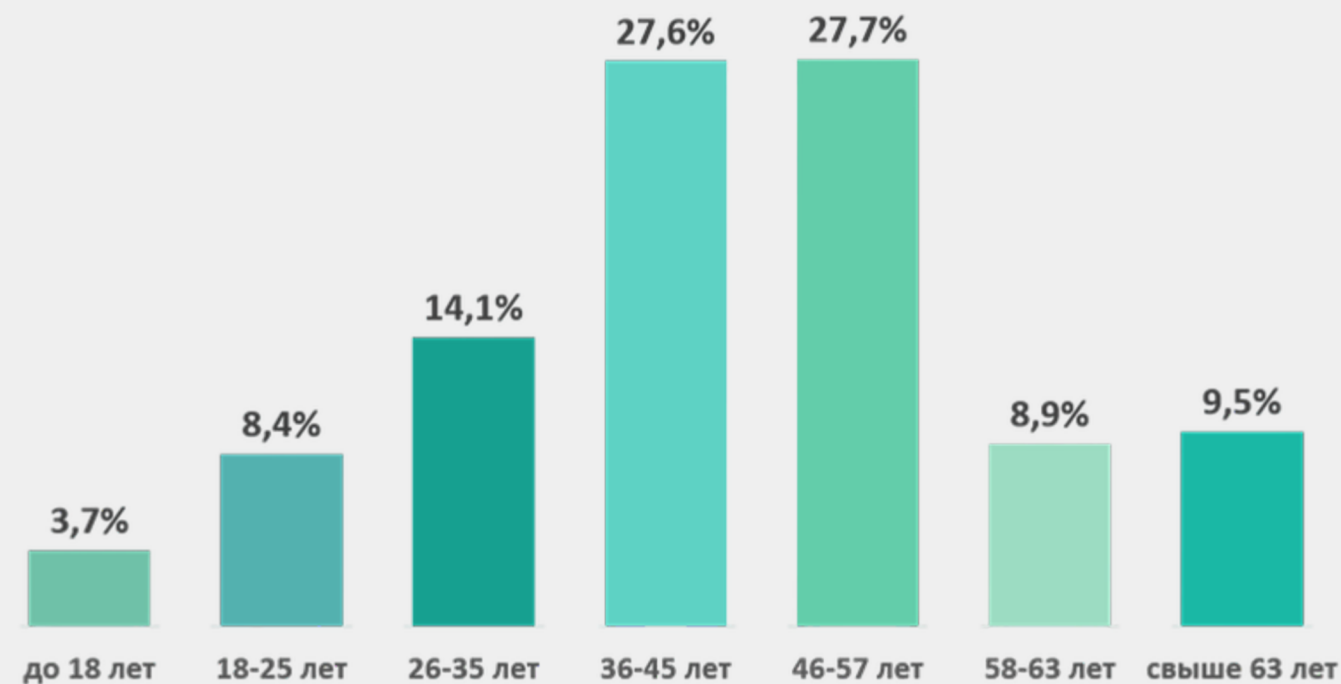
Уровень образования



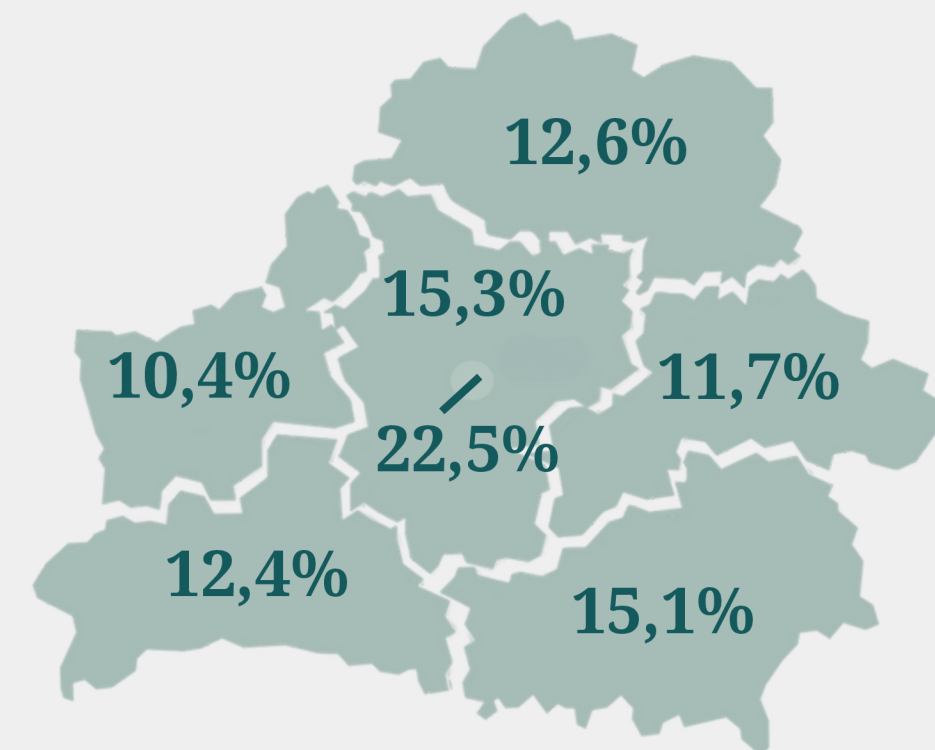
Семейное положение



Возраст



Регион проживания



Доходы и обязательства

— Укажите статьи ваших обязательных ежемесячных трат

— На какие статьи вы ежемесячно планируете расходы помимо оплаты обязательных платежей?

— Отслеживаете ли вы свои расходы?

— Каким образом вы отслеживаете остаток средств?

Доходы и обязательства

- Работающий человек (72,9%), чей бюджет формируется за счет зарплаты.
- Ключевой статьей обязательных ежемесячных трат является оплата коммунальных услуг.
- Мобильная связь и интернет (85,3%), сравнявшись по важности с коммунальными платежами (81,8%), стали базовой необходимостью.
- Значительный удельный вес в обязательных платежах в столице занимает оплата общественного транспорта (58,9%).
- Наличие кредитных обязательств уже является своего рода нормой: каждый второй (55,2%) респондент несет долговую нагрузку (в регионах это показатель выше, чем в столице).
- Страховые взносы составляют только (15%).



Расходы, которые дополнительно планируются в структуре бюджета



Помимо обязательных ежемесячных трат в **топ-3** статей, которые респонденты планируют в структуре своего бюджета, входят:

- Уход за собой (51%)
- На приобретение лекарств/посещение врача (47,2%)
- Личные накопления (41,7%)

41,3% респондентов **планируют расходы на питомцев.**

Это является отражением социального сдвига: домашние животные **перестали быть просто статьей расходов**, а стали членами семьи, требующими соответствующих затрат (на питание, лечение и т.д.).

Расходы на заправку/зарядку авто планируют более трети респондентов.

Эмоции берут верх

Среди планируемых трат большую долю занимают траты на базовые потребности: здоровье, стабильность и мобильность. Однако **эмоциональные траты** (уход за собой, расходы на питомцев, развлечения, хобби) все же **преобладают**.

Платить по факту наступления проблемы

В части ежемесячных обязательных платежей и планируемых расходов усматривается **противоречие** — несмотря на высокую готовность респондентов планировать расходы на медицинские услуги (47%), лишь 15% осуществляют регулярные траты на страховые взносы.

Это может быть связано с тем, что опрошенные предпочитают платить **по факту наступления проблемы** (на лечение), чем платить меньше за ее предотвращение (страховка), что свидетельствует об ограниченном восприятии страхования как инструмента предотвращения рисков, а также **слабой интеграцией** страховых механизмов в финансовое поведение респондентов.



Респонденты хотят контролировать свои расходы, но не делают это системно

- 9% сохраняют чеки
- 19,6% делают это мысленно
- 43% признались, что вообще не отслеживают свои расходы
- лишь 28% используют для этого специальные приложения или таблицы

При этом 56% для контроля остатка средств используют **мобильные приложения банков**, что свидетельствует о высокой цифровой/технологической грамотности и доверии к такого рода сервисам, но не о личном финансовом планировании.

SMS-информирование (11,4%) и интернет-банкинг (31,2%) постепенно **уступают место** более удобным мобильным решениям.



Накопления, инвестиции и финансовое планирование

Как вы распоряжаетесь остатком средств после основных (обязательных) трат?

Куда вы предпочитаете инвестировать?

Какой способ для накоплений вы выбираете?

Есть ли у вас финансовая подушка безопасности?

Как вы готовитесь к пенсии?

Готовитесь ли вы к возможным предстоящим тратам на оплату обучения детей?

Накопления

Результаты опроса в части накоплений оптимистичны:
63% респондентов либо **откладывают, либо копят на цели.**

Удельный вес тех, кто инвестирует крайне низкий - **3,7%.**

Данный факт свидетельствует о наличии глубокого **разрыва** между сбережением и накоплением (пассивное хранение) и инвестированием (активное приумножение).

Отказ от доходности ради ликвидности и спокойствия

■

Подавляющее большинство респондентов (**79,9%**) предпочитают именно **сберегать** имеющиеся средства, **а не накапливать** их:

- 40,6% хранят наличные дома
- 39,3% хранят деньги на карте или счете

Доля же тех, кто предпочитает не только сберегать, но и накапливать и использует для этих целей **вклады** — только **18,6%**.

Таким образом, значительная доля населения выбирает такой способ накопления, в рамках которого она **отказывается от доходности ради** возможности наличия **быстрого доступа к деньгам и спокойствия**, думая, что так они будут в большей сохранности, не принимая в расчет инфляцию.



Инвестиционные предпочтения

- Инвалюта (40,9%)
- Ценные бумаги (39%)
- Инвестиции в себя (31,9%)
- Криптовалюта (26,8%)
- Недвижимость (22,7%)
- Драгоценные металлы (19,1%)
- В собственный бизнес (11,4%)
- Краундинвестирование (5,6%)
- Другое (9,9%)



В разрезе инструментов для инвестирования имеются возрастные различия:

- 18-35 лет: криптовалюта
- 36-45 лет: недвижимость, ценные бумаги, краудинвестирование
- 46-57 лет: драг. металлы, собственный бизнес, ценные бумаги

Интерес к инвалюте и инвестициям в себя одинаково **высок во всех возрастных группах** (26-57 лет).

Финансовое планирование



Критически низкий уровень пенсионного планирования:

81% либо не думают о будущем пенсионном обеспечении, либо полагаются на государственную систему.

В данном направлении существует **диссонанс**: с одной стороны, люди готовы копить и даже инвестировать, но с другой, **не настроены активно готовиться к пенсии**.

Это обусловлено:

- сложностью принятия решений: выбор инструментов, сроков и сумм
- отсутствием немедленного эффекта: результат пенсионных накоплений будет виден только через десятилетия
- непродолжительностью срока действия текущих предложений на рынке

Финансовое планирование



Крупные будущие траты, такие как оплата обучения детей, пока также **не стали предметом массового планирования:**

- 45,7% не предпринимают для этого никаких действий или еще не задумывались
- 18,2% полагают, что таких расходов не будет
- лишь 36,3% уже подготовились либо начали копить

Финансовое планирование



Финансовая подушка безопасности есть у 50,9% опрошенных, но ее **качество разнится**:

- у 24,2% она меньше чем на 3 месяца
- у 12,6% — на 3-6 месяцев
- у 14,1% — более чем на полгода

49,1% **не имеют сбережений** на «форс-мажорные обстоятельства».

Кредиты: рациональный подход к долгам

— Как вы относитесь к кредитам?

— На какие цели вы считаете разумным оформлять кредит/овердрафт/рассрочку?

— Как часто пользуетесь кредитами/овердрафтами?

— Как часто пользуетесь рассрочками?

Кредиты

- Отношение к заемным средствам в целом можно охарактеризовать как **взвешенно-осторожное**.
- Только 23,2% респондентов считают кредиты удобным финансовым инструментом.
- Большинство пользуется кредитами под давлением складывающихся обстоятельств.

- Респонденты отчетливо разделяют кредитование на **«разумное»** - на крупные, фундаментальные приобретения (недвижимость (62,2%), автомобиль (36,4%), крупная бытовая техника (41,6%), мебель (33,2%)) и **«неразумное»** - на одежду, путешествия или лечение.



Рассрочка

- Рассрочка, по сути являющаяся тем же кредитом, **психологически отделена от кредита и воспринимается гораздо легче:** как «бесплатный» и простой инструмент (иногда ею пользуются 41,1%).
- Рассрочка **используется чаще и регулярнее, чем кредиты,** из чего следует, что рассрочка стала частью повседневного финансового поведения.



ESG-продукты: с чем не знакомы, то не ценно



- Большинство респондентов (77,7%) **не знакомы с термином ESG**, поэтому ESG — пока не тренд, а нишевая область.
- Для 18,9% респондентов в первую очередь **важны условия продукта, а не его «зеленость»**.

Ввиду отсутствия восприятия ESG как ценности, продавать такого рода продукты **как отдельную категорию преждевременно**.



Цифровизация и новые привычки потребления: комфорт есть, доверия нет

- Пользуетесь ли вы банковским мобильным приложением?
- Как вы совершаете покупки?
- Товары из каких групп вы покупали онлайн хотя бы один раз с начала года?
- Как вы предпочитаете выбирать и совершать покупки?
- Какой способ оплаты для вас приоритетный?
- По какой причине вы не пользуетесь безналичными способами оплаты?
- Для каких целей вам нужны наличные средства?
- Какие инструменты для сокращения своих повседневных трат вы используете?



Респонденты активно живут в цифровой среде:

- **банкинг стал цифровым**
(96,8% так или иначе использует приложение: 66,8% взаимодействуют с банком исключительно через мобильное приложение, 30% используют приложение для отдельных платежей)
- **безналичный расчет доминирует**
(41,7% используют его преимущественно, а 30,3% — чаще безнал, но с наличными в кармане)
- **основные инструменты оплаты — платежная карта (90,3%), Рау-сервисы (22%) и виртуальная карта (13,5%)**
- **гибридный шопинг является новой нормой потребления**
(65,4% совмещают онлайн- и офлайн-покупки в равной мере. 56,6% для совершения покупок используют и маркетплейсы, и специализированные магазины)

Цифровизация не абсолютна

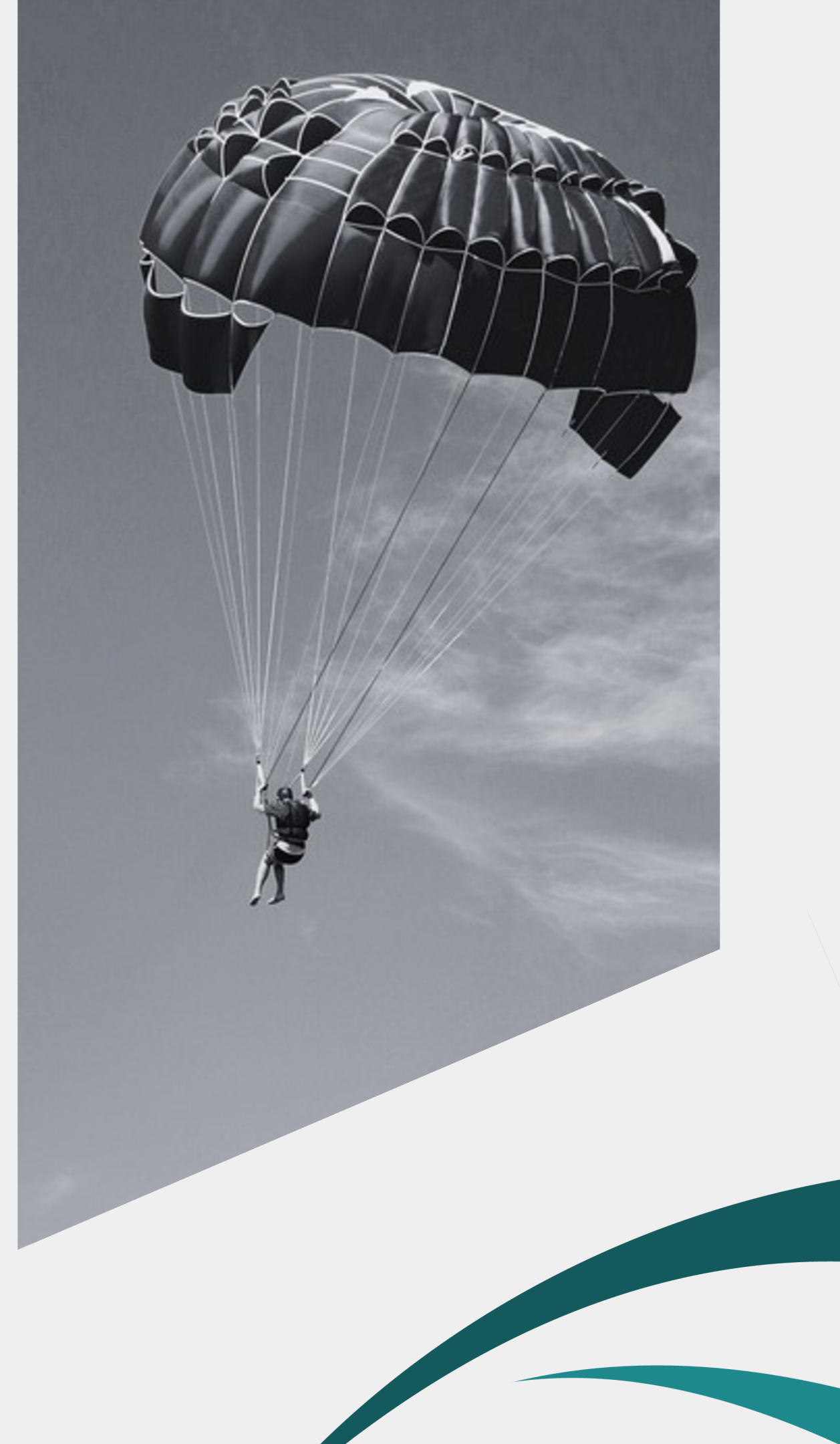
Главная причина отказа от безналичных платежей — не технологическая, а **психологическая**:

- нежелание менять привычки (31,8%)
- опасение за средства и данные (16,7% и 13%)

Наличные не сдают позиций.

Наличные по-прежнему нужны «на всякий случай» (53,9%) и для покупок там, «где не принимают карту» (70,4%) и выполняют не основную, а **страховочную функцию**. Это «парашют» на случай сбоя в цифровой системе.

Высокая доля наличных «для **групповых сборов**» (30%), а также «для расчетов с самозанятыми» (20,9%).



Потребители стали прагматичными и проактивными в экономии

Для сокращения трат используются классические методы:

- сравнение цен (49,4%)
- покупки по акциям (52,2%)

Иные методы (промокоды, дисконт-центры, покупка в рассрочку, покупка оптом, в рамках выделенного бюджета и др.) используются, но в меньшей степени.

Большинство респондентов хорошо знакомы с **мани-бэком** и трактуют его корректно — как дополнительную **выгоду**, а не как способ экономии. Мани-бэк в качестве инструмента экономии воспринимают только 12,7% респондентов.



Финансовый портрет современного потребителя

Финансовый портрет современного человека полон контрастов:
он технологически продвинут, но финансово консервативен;
хочет контролировать бюджет, но избегает рутины;
боится кредитов, но любит рассрочку;
живет сегодняшним днем, с тревогой смотря в будущее.

Опрошеные демонстрируют высокую адаптацию к
цифровому миру и рациональный подход к крупным
покупкам.