A decorative graphic on the left side of the slide, consisting of a light green vertical bar and a dark blue horizontal bar with rounded ends.

Исследование финансовой грамотности и инвестиционной культуры населения

Методы сбора информации

- **Телефонный опрос населения о финансовых инструментах и институтах - 2000 человек** (городские жители 59%, сельские жители 41 %)
- **Тестирование финансовых знаний населения - 1000 человек** (14 областных центров, города Алматы и Астана)

Исследование массовой аудитории

Метод сбора информации:

Опрос был проведен в технике телефонного интервью. Средняя продолжительность интервью составила 10-15 минут

Выборка:

- Генеральной совокупностью являлось взрослое население Казахстана, физические лица – реальные и потенциальные инвесторы
- Объем выборочной совокупности – 2000. В выборке 58,8% составили городские жители, 41,2% сельские жители

Обследуемые финансовые инструменты:

- Паи ПИФов
- Пенсионные вклады
- Страхование
- Кредиты
- Депозиты
- Ценные бумаги

Задачи исследования населения РК

- Установить уровень осведомленности и представления о финансовых инструментах, их возможностях и функциях
- Определить опыт и практику использования финансовых инструментов
- Определить отношение и намерения населения относительно использования различных финансовых инструментов
- Выявить практику ведения домашней бухгалтерии и домашнего финансового планирования
- Определить оптимальные каналы формирования и поддержки финансовой грамотности и инвестиционной активности населения
- Выявить информационные и образовательные потребности населения
- Определить осведомленность населения о деятельности РФЦА и его структур

Осведомленность о финансовых инструментах

Осведомленность о финансовых инструментах различается в зависимости от региона. Лучшие результаты по данному показателю демонстрирует население Северного, Центрального регионов и г. Алматы

	Депозит	Кредит	Страховой полис	Ценные бумаги	ПИФы
Алматы	78,5%	88,5%	79,0%	49,0%	20,5%
Астана	68,8%	87,5%	51,3%	7,5%	3,8%
Западный регион	62,4%	92,1%	54,1%	29,7%	10,8%
Центральный регион	80,0%	91,9%	74,2%	40,4%	10,8%
Северный регион	81,0%	95,9%	75,2%	60,7%	25,2%
Южный регион	54,8%	78,8%	39,9%	26,3%	12,8%
Восточный регион	58,8%	83,5%	61,3%	34,5%	13,8%
В целом	66,7%	87,1%	60,1%	36,8%	14,7%

Осведомленность о финансовых инструментах и институтах

- В ходе исследования респондентам предлагалось оценить основные финансовые инструменты и финансовые институты по степени осведомленности о них. В результате выяснилось, что больше всего населению знакомы кредиты, депозиты и страховые полисы
- Что касается гендерных особенностей, женщины в меньшей степени, чем мужчины, интересуются функциями и возможностями таких финансовых инструментов и институтов, как страховой полис, ценные бумаги, ПИФы, фондовая биржа
- Среди респондентов в возрасте 18-24 лет оказалось больше всего таких, кто отметил, что ничего не знает о Паевых инвестиционных фондах
- Средний уровень информированности приходится на такой финансовый инструмент, как ценные бумаги – 36,8% респондентов знакомы с возможностями и функциями данного инструмента

Источники информации о финансовых инструментах

В качестве основного информационного источника лидируют средства массовой информации:

- телевидение (78,5%)
- газеты и журналы (53,6%)
- информация и советы, полученные от друзей и знакомых (45,1%)

При этом телевидение является для респондентов наиболее удобным каналом получения информации о возможностях и условиях вложения денежных средств в различные финансовые институты. Об этом сказала половина опрошенных (49,2%). На втором месте по предпочтениям – консультации в финансовых учреждениях (26%), на третьем – газеты и журналы (24,5%)

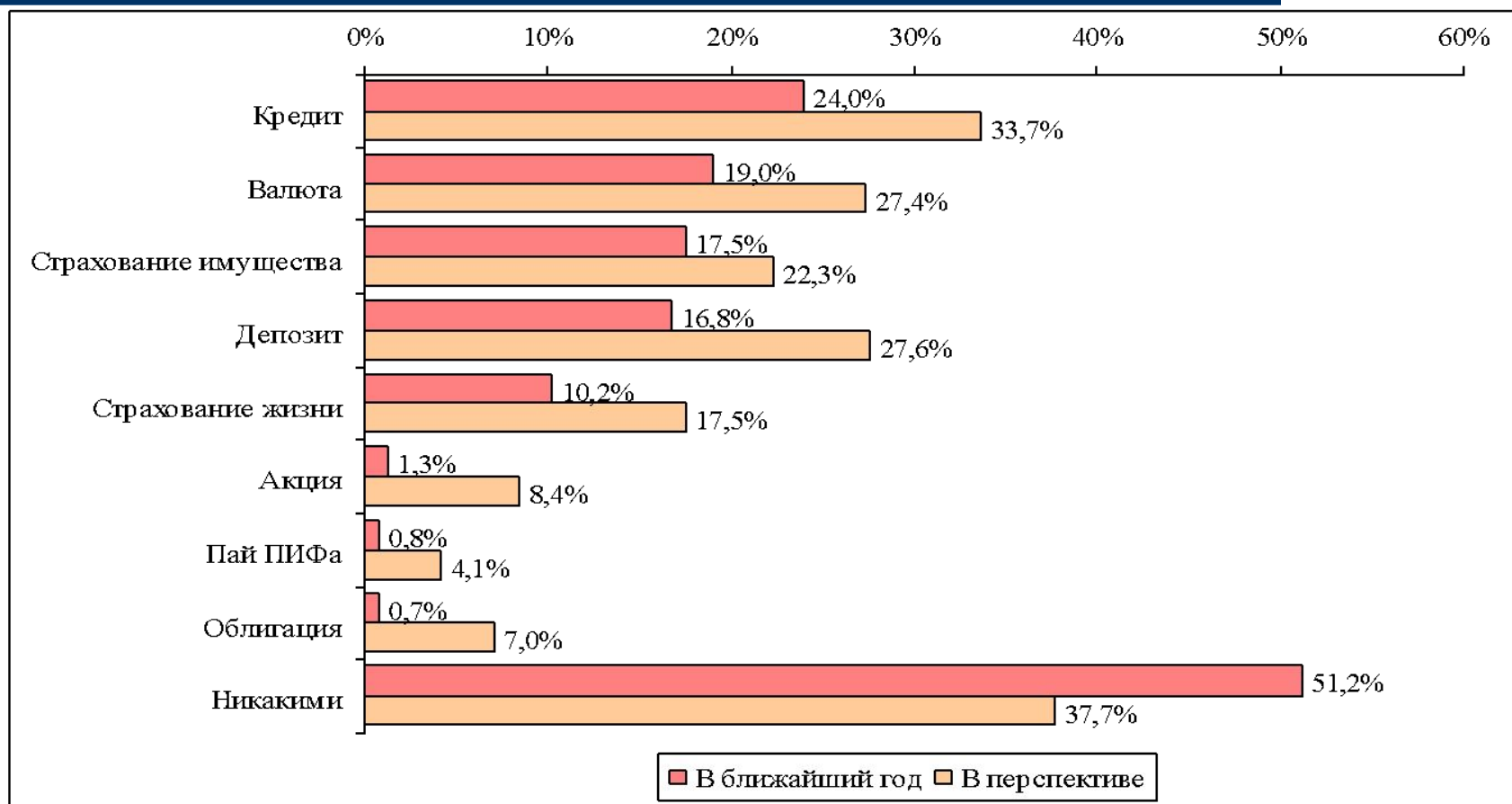
Опыт и практика использования финансовых инструментов

- Согласно результатам исследования, около двух третей респондентов имеют опыт использования финансовых инструментов (62,5%). Менее половины респондентов (44,2%) в настоящее время являются пользователями каких-либо финансовых услуг
- Из финансовых инструментов более всего распространен кредит. Об этом говорит тот факт, что в настоящее время треть респондентов (32,2%) используют кредиты
- В то же время практически каждый шестой респондент (15,9%) является пользователем услуги страхования, при этом мы предполагаем, что это автострахование
- Каждый двенадцатый (8,4%) – услуги депозитов
- Такие финансовые инструменты, как ценные бумаги, ПИФы практически не используются населением Казахстана. Опросом зафиксировано менее 1% пользователей данных категорий финансового рынка

Опыт использования финансовых инструментов в разрезе регионов

Регион	Депозиты/ вклады	Кредиты	Страховой полис	Ценные бумаги	Паи ПИФов
Алматы	19,5%	29,5%	34,0%	2,0%	-
Астана	3,8%	23,8%	6,3%	-	-
Западный регион	7,9%	37,9%	11,4%	1,8%	0,4%
Центральный регион	12,7%	35,0%	17,3%	0,8%	-
Северный регион	7,9%	31,7%	18,6%	1,4%	-
Южный регион	3,9%	30,4%	6,7%	0,2%	-
Восточный регион	7,0%	31,8%	20,3%	0,5%	-
В целом	8,4%	32,2%	15,9%	0,9%	0,1%

Намерения респондентов использовать финансовые инструменты



Доверие финансовым институтам

- Фактором, препятствующим развитию финансовой активности населения, является недоверие населения финансовым институтам. Только половина респондентов доверяет пенсионным фондам (53,3%), менее трети – коммерческим банкам и страховым организациям (30% и 26% соответственно)
- Наиболее низок уровень доверия респондентов по отношению к деятельности фондовой биржи и паевых инвестиционных фондов (менее 10%). Наибольший интерес к финансовым институтам и инструментам проявляет население в возрасте 18-24 лет, население с доходом свыше 90 000 тенге в месяц на всех членов семьи. Информация о ПИФах и фондовой бирже больше всего интересует население с неоконченным высшим и высшим образованием

Домашняя бухгалтерия и семейное финансовое планирование

- Одним из показателей финансовой грамотности является умение вести учет своих доходов и расходов и планирование личного и семейного бюджета на длительную перспективу. В ходе исследования выяснилось, что более половины населения (55,2%) не занимаются ведением своего бюджета, почти половина – не занимается ведением семейного бюджета (48,1%)
- При этом, как правило, семейные и личные доходы и расходы планируются только на ближайшую перспективу – на ближайший месяц. Все это свидетельствует о том, что пока знания и навыки долгосрочных стратегий финансового планирования у населения Казахстана не развиты, сохраняется привычка думать только о сегодняшнем дне
- Отсутствие навыков финансового планирования в большей степени характерно для мужчин, для респондентов в возрасте 18-24 лет, для студентов, учащихся, для жителей Южного макрорегиона, а также для тех респондентов, среднемесячный семейный доход которых составляет от 5 000 до 30 000 тенге

Информационные и образовательные потребности респондентов о финансовых инструментах и институтах

	На каком уровне хотели бы получать информацию		
	Общая Информация	Информация в деталях	Профессиональные знания
Пенсионный фонд	29,7%	54,6%	15,6%
Кредит	28,1%	57,4%	14,5%
Депозит	35,8%	49,4%	14,8%
Страховой полис	37,5%	47,3%	15,2%
ПИФ	52,1%	33,1%	14,7%
Акция	44,1%	35,7%	20,1%
Облигация	47,6%	37,0%	15,5%

Желательные способы обучения



Тестирование населения

Метод сбора информации:

Для определения общего уровня финансовой грамотности населения РК было проведено национальное тестирование, направленное на изучение осведомленности и знания населения Республики Казахстан о финансовых инструментах и институтах

В тест входили вопросы, которые были разделены на два блока:

- 1) Тестирование знания финансовых инструментов
- 2) Тестирование знания финансовых институтов

Тест представлял собой 32 вопроса, по каждому из вопросов было предусмотрено 4 варианта ответа, только один вариант был правильным

Для оценки уровня финансовой грамотности была разработана следующая оценочная шкала

<i>Процент</i>	<i>Оценка</i>
От 0 % до 50 %	Неудовлетворительно
От 51 % до 70 %	Удовлетворительно
От 71% до 85 %	Хорошо
От 85 % до 100 %	Отлично

Тестирование населения

Задачи:

- Протестировать уровень знаний населения относительно различных финансовых инструментов
- Протестировать уровень знаний населения относительно различных финансовых институтов
- Определить поведенческие и мотивационные установки населения относительно использования различных финансовых инструментов
- Установить уровень осведомленности и представления о финансовых инструментах
- Собрать данные для расчета доли средств, не вложенных в инвестиционные инструменты

Обследуемые финансовые инструменты:

- Паи ПИФов
- Пенсионные вклады
- Страхование
- Кредиты
- Ценные бумаги
- Депозиты

Целевая аудитория

Целевой аудиторией для опроса являлось население Казахстана в возрасте от 18 лет до 61 и старше. Выборка составляет 1000 человек в 14 областных центрах, городах Алматы и Астана.

Выборка – квотная. Квоты задавались по полу и возрасту в соответствии с пропорциональной генеральной совокупностью. Распределение выборки по городам представлено в таблице:

Город	Выборка	Город	Выборка
Алматы	250	Уральск	40
Талдыкорган	20	Атырау	30
Астана	120	Ақтау	30
Шымкент	100	Кызылорда	30
Караганда	80	Петропавловск	30
Усть-Каменогорск	50	Кокшетау	30
Павлодар	50	Ақтобе	50
Тараз	50	Костанай	40

Оценка уровня финансовой грамотности

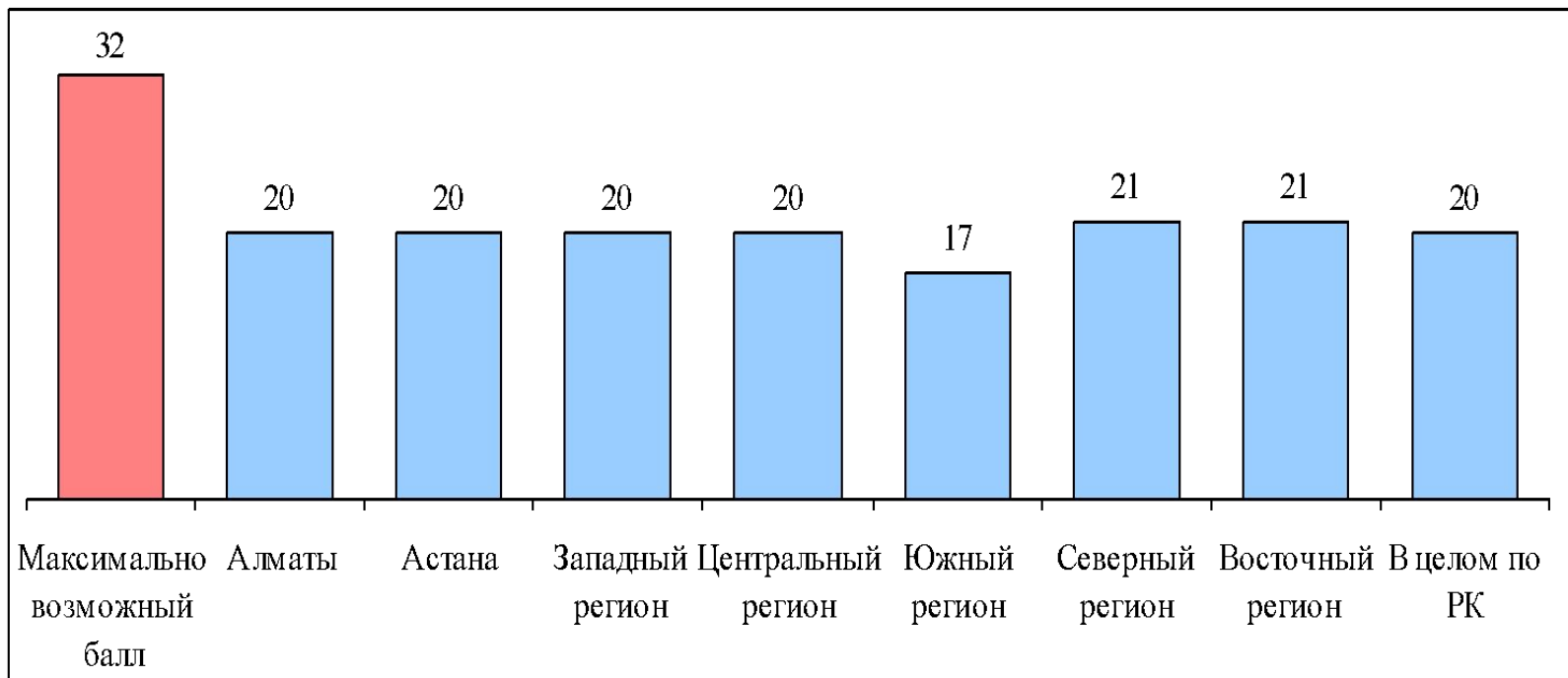
- Для анализа результатов тестирования финансовой грамотности населения каждому правильному ответу присваивался один балл. По результатам исследования был выведен средний показатель финансовой грамотности респондентов. Максимально возможный балл равен 32 баллам
- Средний балл по республике равен 20 баллам, что можно характеризовать, как удовлетворительный результат

<i>Балл</i>	<i>Оценка</i>	<i>Экстраполированные результаты тестирования (количество человек)</i>
От 0 до 16 баллов	Неудовлетворительно	1 615 298
От 17 до 22 баллов	Удовлетворительно	2 654 155
От 23 до 27 баллов	Хорошо	1 608 963
От 28 до 32 баллов	Отлично	456 084

Оценка уровня финансовой грамотности

- Местонахождение Казахстанской фондовой биржи в Алматы не влияет на то, что жители Алматы в большей степени осведомлены о работе фондовой биржи. В целом, некоторые вопросы показали, что уровень осведомленности жителей города Алматы об основных принципах работы фондовой биржи даже отстает от знаний в других регионах страны
- Респонденты обоих полов показали одинаковую осведомленность о финансовых инструментах и институтах, средний балл представителей обоих полов равен 20. Данный факт демонстрирует то, что мужчины не являются более грамотными в финансовых вопросах, и то, что женщины не менее осведомлены о тех или иных финансовых инструментах или институтах в силу того, что больше времени уделяют планированию семейного бюджета

Результаты тестирования финансовой грамотности населения по регионам



Результаты тестирования финансовой грамотности в демографическом разрезе

Город	Количество респондентов	Средний балл по разделу Знание финансовых инструментов (максимально возможный балл 24)	Средний балл по разделу Знание финансовых институтов (максимально возможный балл 8)	Средний суммарный балл (максимально возможный балл 32)
<i>Алматы</i>	250	15,1	5,2	20,2
<i>Астана</i>	120	15,2	5,1	20,3
<i>Ақтау</i>	30	15,8	5,6	21,4
<i>Ақтобе</i>	50	15,1	4,9	20,0
<i>Атырау</i>	30	14,3	4,5	18,8
<i>Қарағанда</i>	80	15,4	5,2	20,6
<i>Қостанай</i>	40	17,5	5,8	23,3
<i>Қокшетау</i>	30	13,8	4,1	17,9
<i>Қызылорда</i>	30	11,5	4,2	15,7
<i>Павлодар</i>	50	14,7	5,1	19,8
<i>Петропавловск</i>	30	15,0	5,1	20,1
<i>Тараз</i>	50	17,2	5,7	22,8
<i>Уральск</i>	40	15,9	4,9	20,8
<i>Усть-Каменогорск</i>	50	16,6	5,4	22,1
<i>Шымкент</i>	100	10,6	3,5	14,2
<i>Талдықорған</i>	20	14,3	5,0	19,3
Всего	1000	14,8	5,0	19,8

Выводы исследования

- Наиболее удобным источником информации для населения является телевидение, 36,9% респондентов хотели бы получать информацию именно посредством обучающих программ по телевидению
- На втором месте по предпочтениям – информация, полученная из Интернет (24,3%)
- Значимым источником информации остаются и печатные издания – специальные печатные издания (22,3%), книги, брошюры (21,2%), а также обучающие рубрики в газетах (20%)
- 22,9% респондентов готовы прийти в специальное учреждение для получения консультаций
- Каждый шестой респондент (17,1%) готов пройти специальное обучение на бесплатных курсах, семинарах

Выводы исследования

- Существует прямая зависимость между показателем среднемесячного дохода семьи и показателем финансовой грамотности: чем выше доход, тем выше общий суммарный балл респондента
- Прямая зависимость между уровнем осведомленности о финансовых инструментах и уровнем доверия финансовым институтам
- Наиболее перспективной целевой аудиторией финансовых продуктов является население с доходом свыше 70 000 тенге в месяц
- Появление привычки ведения «Домашней бухгалтерии» активизирует в 1,5 раза использование финансовых инструментов, вызывает интерес к повышению образования и активизирует имеющиеся знания