

Определение эффективности проекта по финансовой грамотности I ВОЛНА (на старте проекта)

Маркетинговое исследование подготовлено компанией Market Capital Solutions (MARCS) по заказу Фонда «Народная Инициатива»

Август 2008





Оглавление

Методология исследования	3
Социальный портрет респондентов	6
Финансовая грамотность и практика инвестиций населения	11



Методология

Цель исследования

Определение финансовой грамотности и узнаваемости бренда «ФИНАМ».

Объект исследования

Жители исследуемых городов.

География исследования

Москва, С.-Петербург, Н.Новгород, Екатеринбург, Казань, Саратов, Краснодар, Красноярск, Омск, Оренбург.

Основные задачи исследования

- 1.Проведение интервью по предоставленной Заказчиком Анкете;
- 2.Обработка полученной информации;
- 3.Составление сводных таблиц согласно полученным данным.

Контроль качества (стандарт ESOMAR)

- Проверка не менее 25 % анкет каждого интервьюера по телефону или повторным посещением респондента.
- Логическая проверка 100% анкет.
- Отслеживание ошибок каждого оператора (кодировка и перевод данных в электронный вид).



Методология исследования

Количественный опрос

Цель – определение финансовой грамотности и узнаваемости бренда «Финам».

Метод опроса – личное уличное формализованное интервью по структурированной анкете. Продолжительность опроса – не более 10 минут.

Места опроса: центральные улицы города.

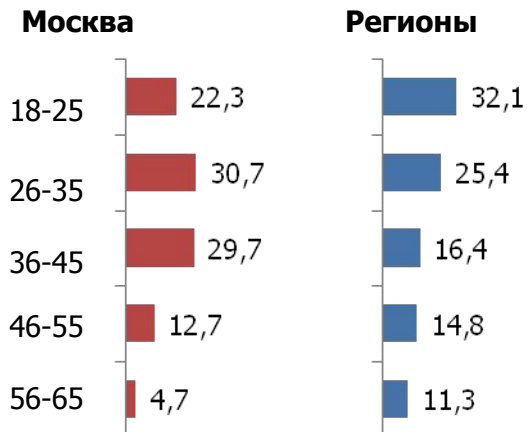
Респонденты – жители города в возрасте от 18 до 65 лет.

Объем и структура выборки:

Исследуемый город	Количество респондентов
Москва	300
Санкт-Петербург	50
Нижний Новгород	50
Екатеринбург	50
Казань	50
Саратов	50
Краснодар	50
Красноярск	50
Омск	50
Оренбург	50
Всего	750

Социальный портрет респондентов

Возраст, в %

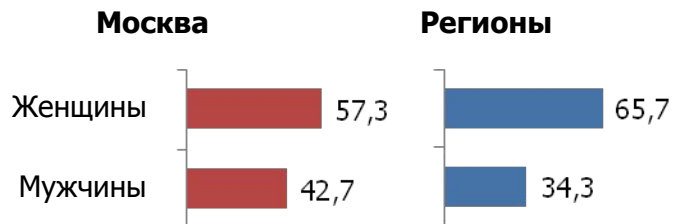


Объем выборки
Ошибка выборки

300
5,7

452
4,6

Пол, в %



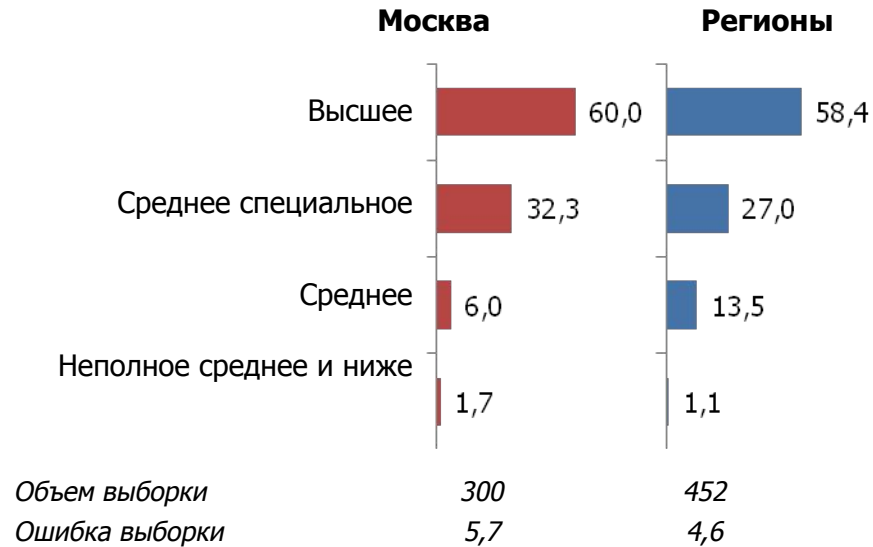
Объем выборки
Ошибка выборки

300
5,7

452
4,6

Социальный портрет респондентов

Образование, в %



Социальный портрет респондентов



Социальный портрет респондентов

Материальное положение, в %



Объем выборки

300

452

Ошибка выборки

5,7

4,6

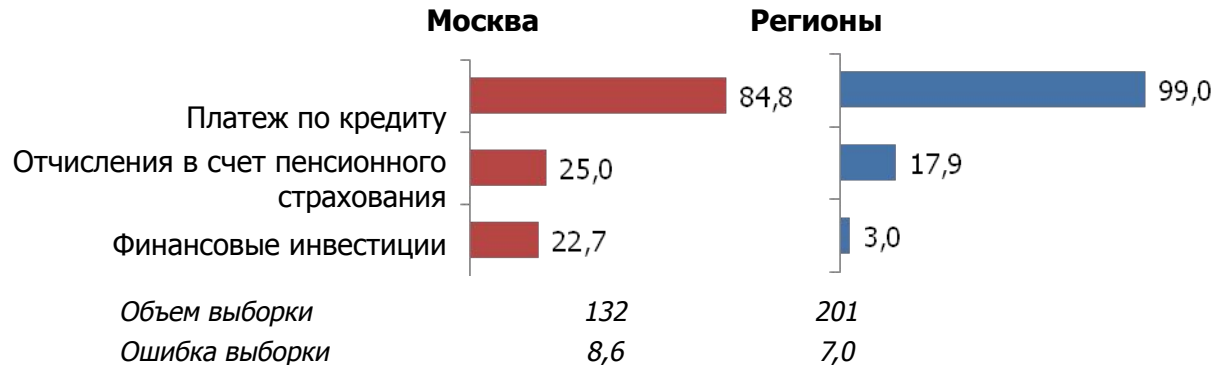
Финансовая грамотность и практика инвестиций населения

Финансовая грамотность и практика инвестиций населения

Что означает понятие «финансовая грамотность», в %



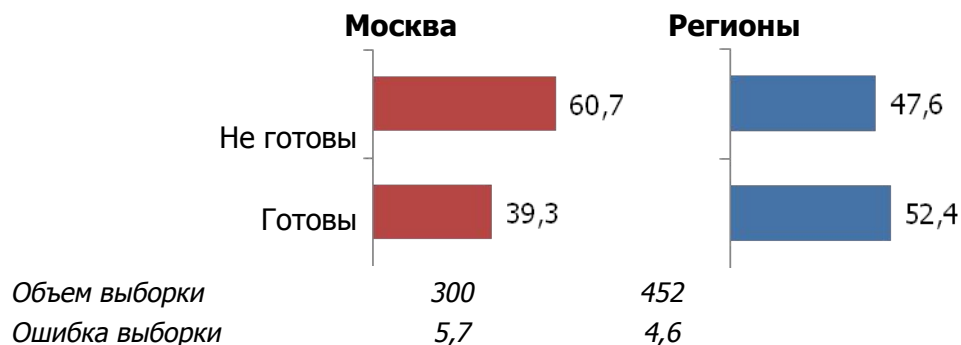
Есть ли в ваших статьях распределения бюджета следующие пункты, в %



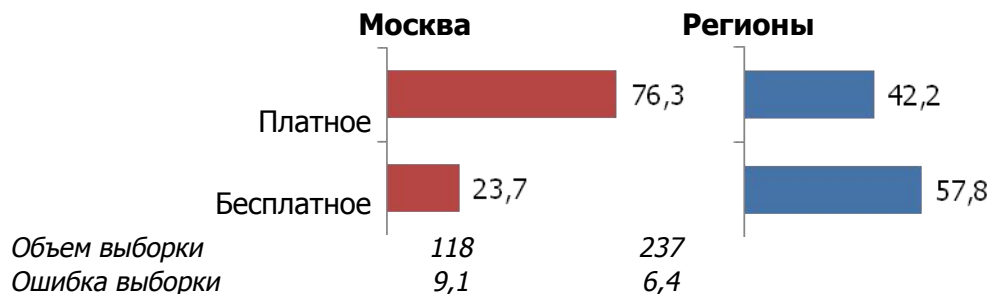
- 1) Вопрос о статьях бюджета предполагает ответ только тех респондентов, в бюджете которых эти статьи есть, поэтому объем выборки может быть меньше, чем в других вопросах
- 2) В этих вопросах респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответа, в связи с чем сумма ответов может превышать 100%

Финансовая грамотность и практика инвестиций населения

Готовы ли Вы пройти обучение эффективному сохранению и преумножению финансов платно, в %



Должно ли обучение правильному распределению и преумножению финансов быть , в %



Вопрос о предпочтительной форме обучения предполагает ответ только тех респондентов, которые готовы пройти обучение платно, поэтому объем выборки может быть меньше, чем в других вопросах

Финансовая грамотность и практика инвестиций населения

Как Вы предпочитаете хранить собственные накопления, в %



1) Респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответа, в связи с чем сумма ответов может превышать 100%

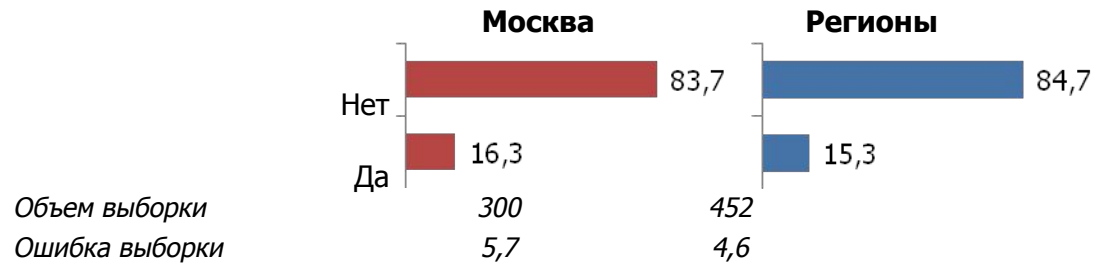
С какой периодичностью Вы инвестируете, в %



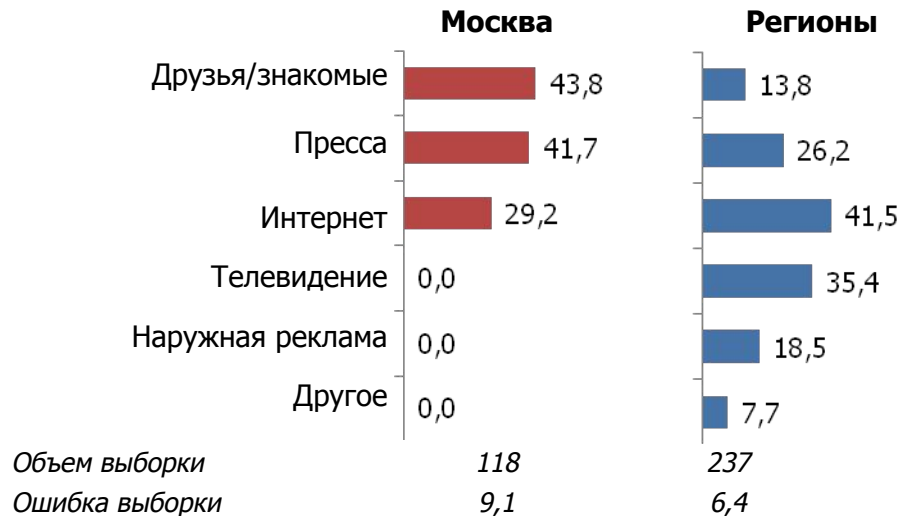
2) Вопрос предполагает ответ только тех респондентов, которые делают инвестиции, поэтому объем выборки может быть меньше, чем в других вопросах

Узнаваемость бренда «Финам»

Слышали ли Вы когда-либо о компании «Финам», в %



Где Вам встречались упоминания о деятельности компании «Финам», в %



- 1) Последний вопрос предполагает ответ только тех респондентов, которые что-либо слышали о компании «Финам», поэтому объем выборки может быть меньше, чем в других вопросах
- 2) Респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответа, в связи с чем сумма ответов может превышать 100%

Узнаваемость бренда «Финам»

К какой сфере, по-вашему, относится деятельность компании «Финам», в %



- 1) Вопрос предполагает ответ только тех респондентов, которые что-либо слышали о компании «Финам», поэтому объем выборки может быть меньше, чем в других вопросах
- 2) Респонденты имели возможность выбора нескольких вариантов ответа, в связи с этим сумма ответов может превышать 100%



**Фонд поддержки социальных программ
"Народная инициатива"
тел. +7 (495) 730-59-80
www.fondni.ru**