



ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ В РОССИИ

Ольга Стасевич

Руководитель направления корпоративных исследований

МОСКВА, 2016

ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОСТИ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА



В России преобладает регуляторная модель, характеризующаяся преобладанием вменных финансовых продуктов и пассивностью финансового поведения

«Регуляторная/ реактивная» модель



Доля населения, использующая:

- Зарплатные карты **44%**
- ОСАГО **22%**
- ДМС на работе **17%**

«Проактивная» модель



Доля населения, использующая:

- Кредитные карты **58-68%**
- Инвестиции **15-45%**
- Страхование жизни **40-48%**

«Консервативная» модель



Доля населения, использующая:

- Дебетовые карты **63-85%**
- Сберегательные счета **24-30%**

и другие...

«Технократическая» модель



Доля населения, использующая:

- Электронные платежи **35-40%**
- Мобильные сервисы **30-36%**

и другие...

Источники: НАФИ, 2014. Study published by Accenture back in 2011 «Mobile commerce landscape» Federal Reserve Survey of Consumer Finances, US Census Bureau, Sallie Mae, Com Score, Experian Payment behavior in Germany in 2011. Deutsche Bundesbank

Россияне удовлетворены инфраструктурой финансовых организаций

«Если говорить о Вашем городе/селе, насколько Вы удовлетворены...?», % опрошенных

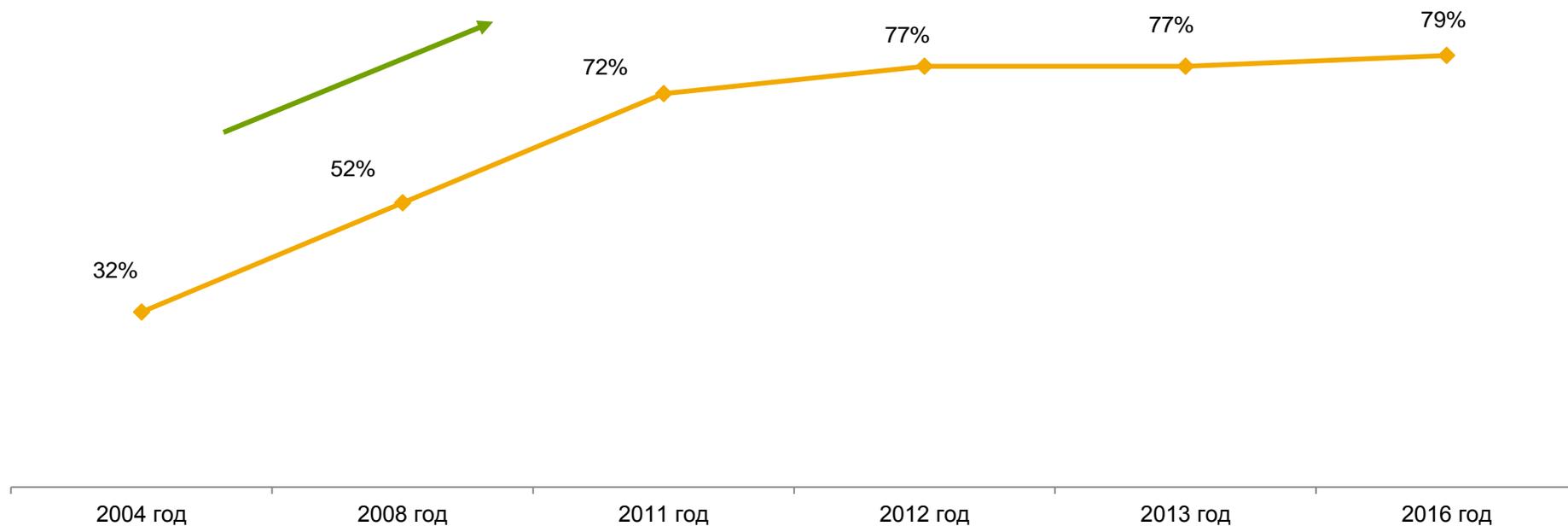
- Абсолютно не удовлетворен
- Скорее не удовлетворен
- Скорее удовлетворен
- Полностью удовлетворен
- Затрудняюсь ответить

**Скорее +
Полностью
довольны**



Большинство россиян имеют опыт использования банковских услуг. Данный показатель значительно вырос за последние 8 лет

Количество пользователей банковских услуг в России, в % от опрошенных

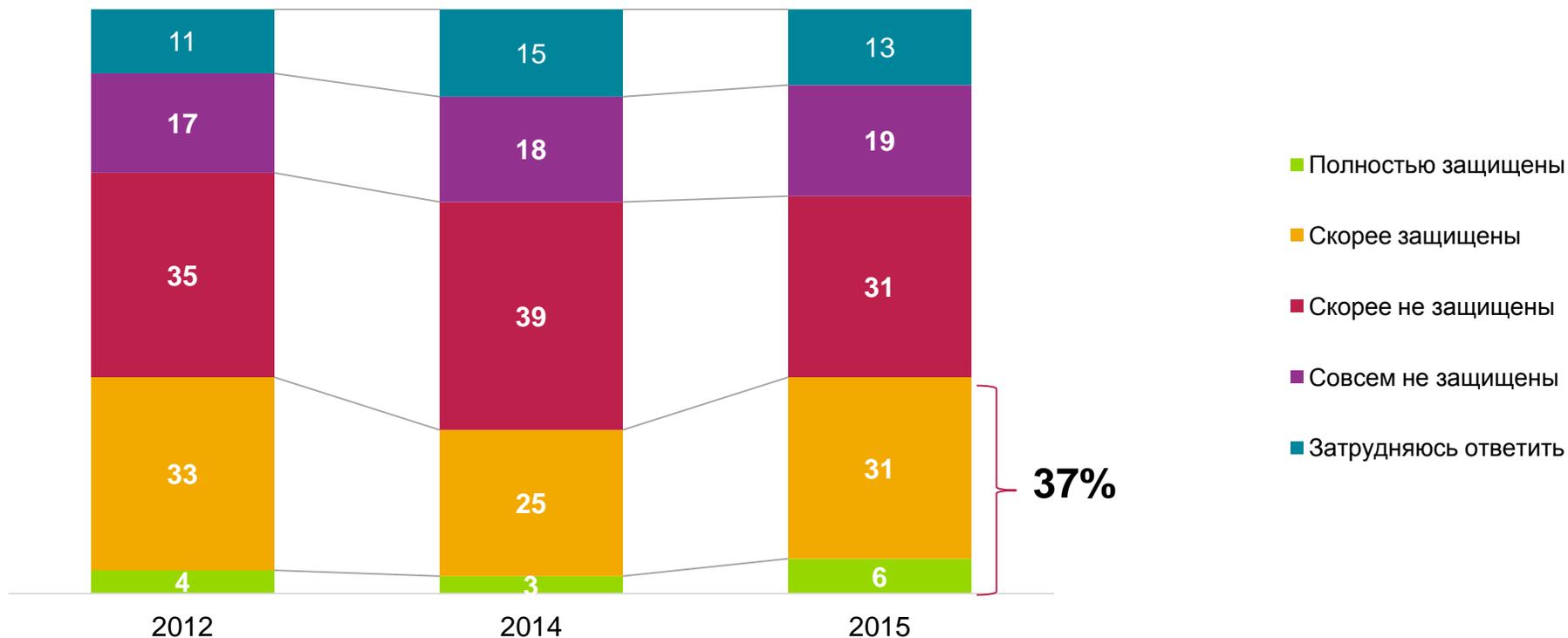


Не имеют банковского счета (unbanked)!

- 18-24 года , 60 лет и старше
- Низкий уровень доходов
- Сельские жители
- Образование: среднее и ниже

Только треть россиян утверждают, что их права как потребителей финансовых услуг защищены

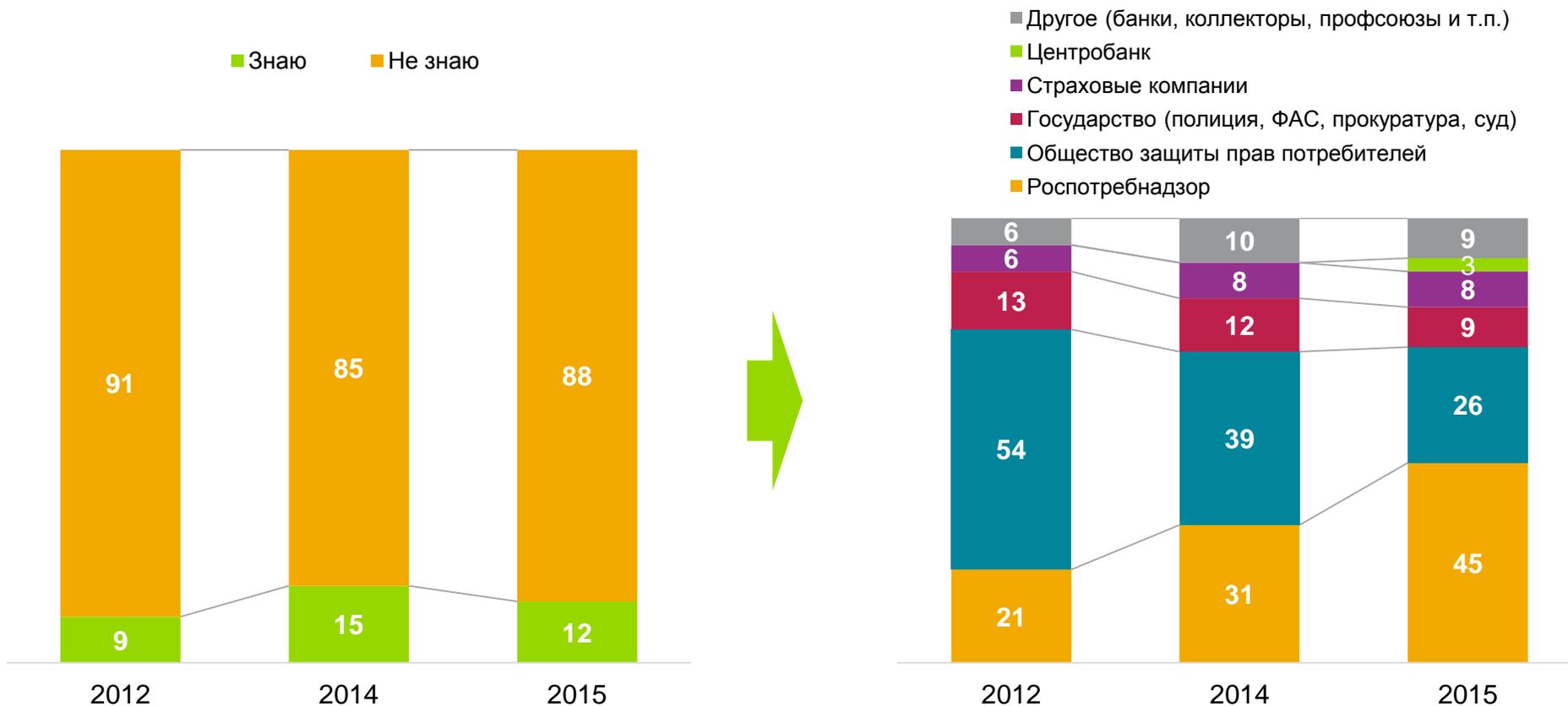
«Насколько, по Вашему мнению, защищены или не защищены ваши права как потребителя финансовых услуг (банковских, страховых, инвестиционных)?», % опрошенных



Источник: НАФИ, 2015.

Только каждый десятый россиянин информирован об организациях, которые занимаются защитой прав потребителей на финансовом рынке.

«Знаете ли Вы, какие организации в России занимаются защитой прав потребителей на рынке финансовых услуг?», % опрошенных



Источник: НАФИ, 2015.

Примерно половина опрошенных мало знакома со способами защиты от мошенничества и не знают о законах, защищающих права потребителей

«Оцените, насколько Вы считаете себя хорошо информированным по следующим финансовым темам...», в % от всех опрошенных

■ Высокий уровень (знаю подробности) ■ Средний уровень (есть общее представление) ■ Низкий уровень (что-то слышал)



Источник: НАФИ, 2016.

A black and white photograph showing a person's hands holding a smartphone. The person is looking down at the device. The background is blurred, suggesting an indoor setting with other people. The text is overlaid in the center of the image.

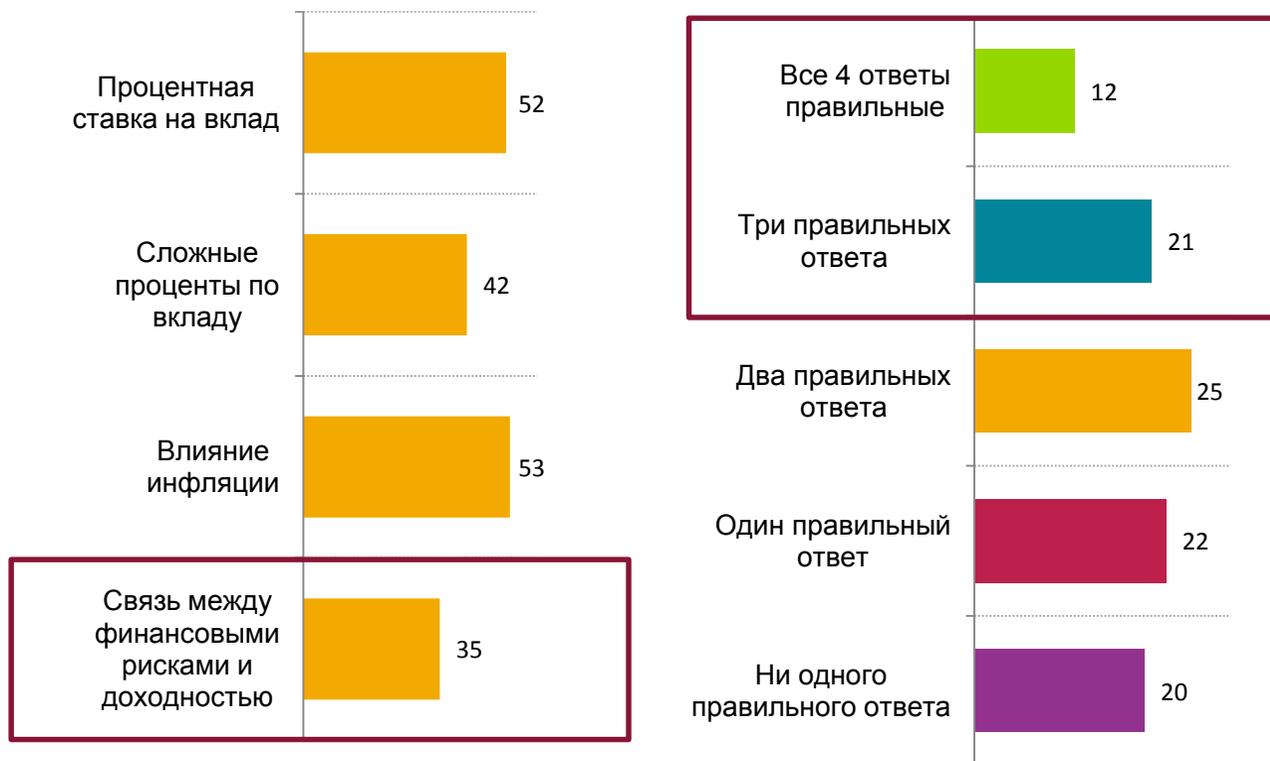
**КАКИЕ ФАКТОРЫ ОКАЗЫВАЮТ ВЛИЯНИЕ
НА УРОВЕНЬ ЗАЩИТЫ ПРАВ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ?**

Доля пользователей финансовых услуг растет, а уровень финансовой грамотности остается **НИЗКИМ**

Субъективная оценка уровня финансовой грамотности



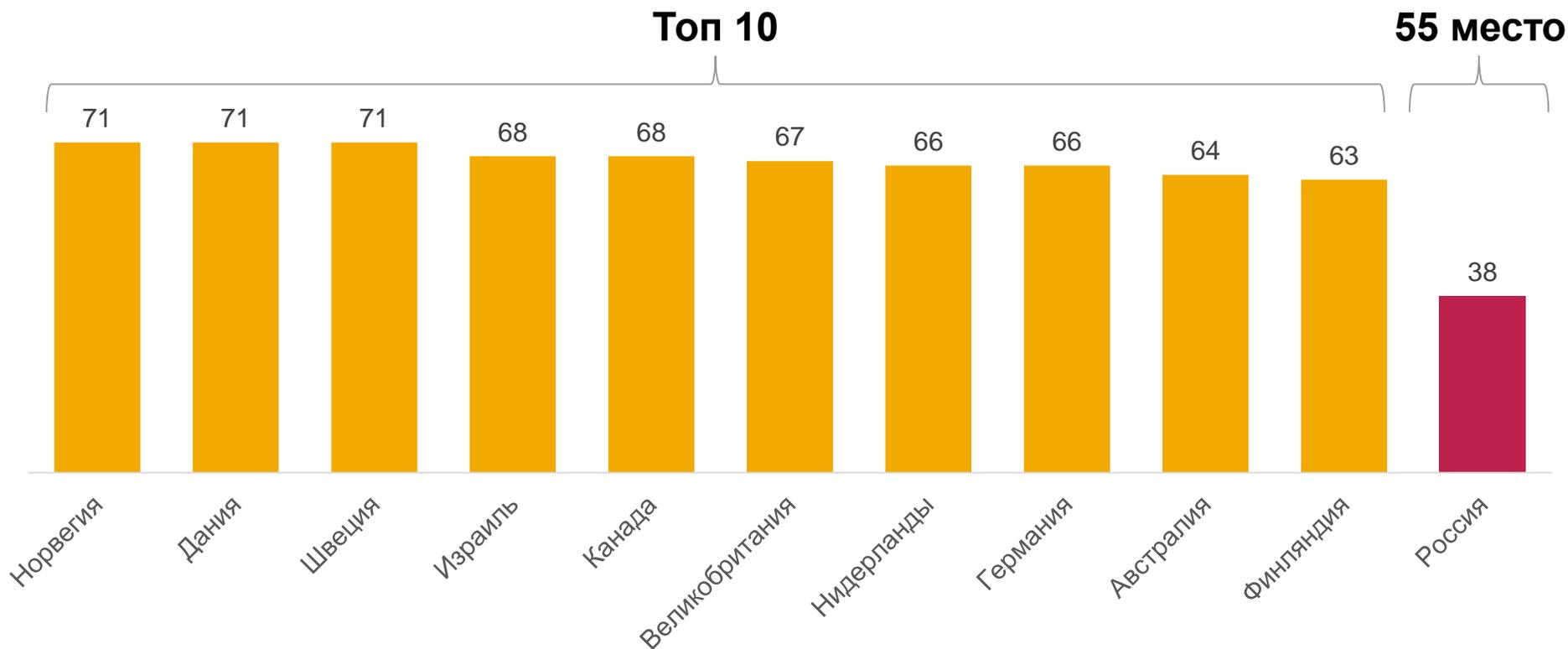
Объективная оценка уровня финансовой грамотности



Источник: НАФИ, 2016.

В рейтинге финансовой грамотности Россия занимает 55 место из 144

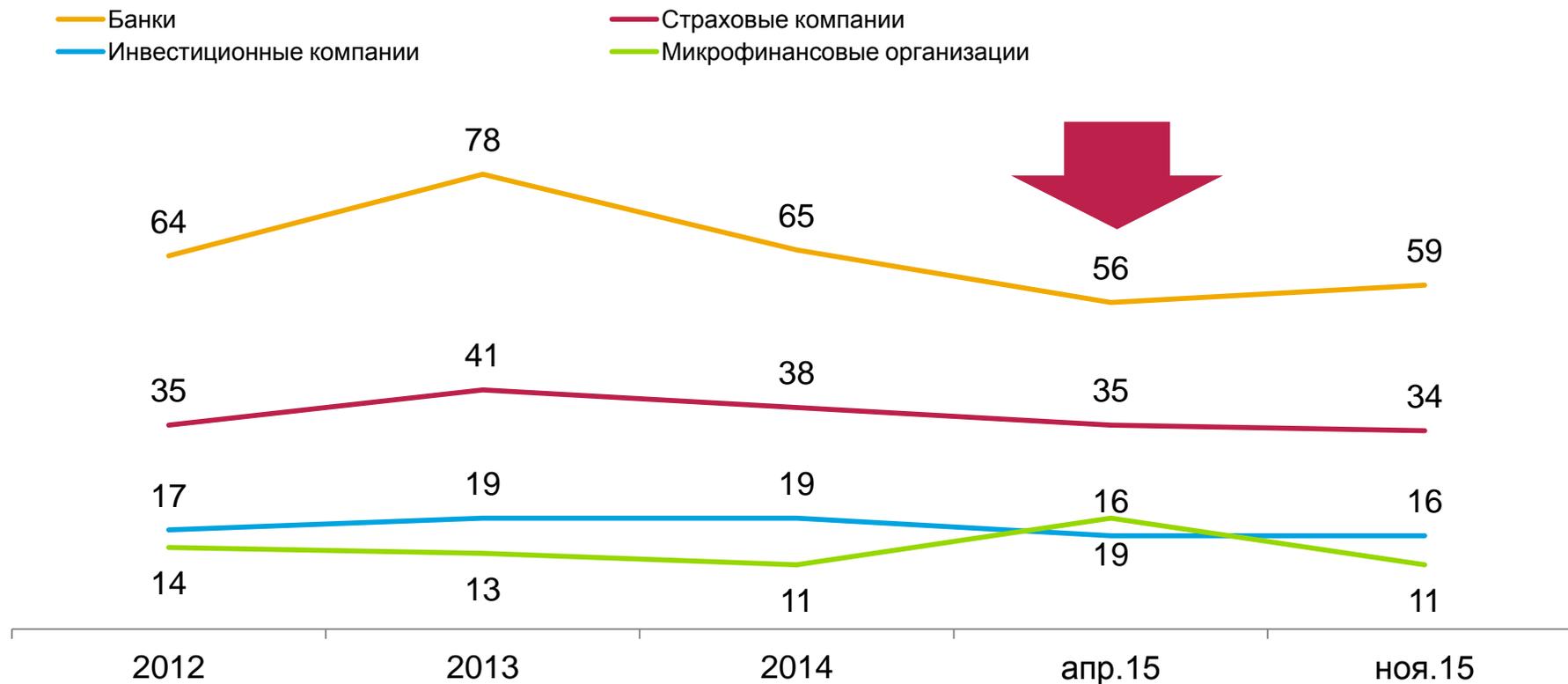
Уровень финансовой грамотности, S&P



Источник: Financial Literacy Around the World: insights from the standard & poor's ratings services global financial literacy survey, http://media.mhfi.com/documents/2015-Finlit_paper_17_F3_SINGLES.pdf

За последний год уровень доверия к банкам со стороны населения снизился на 6%

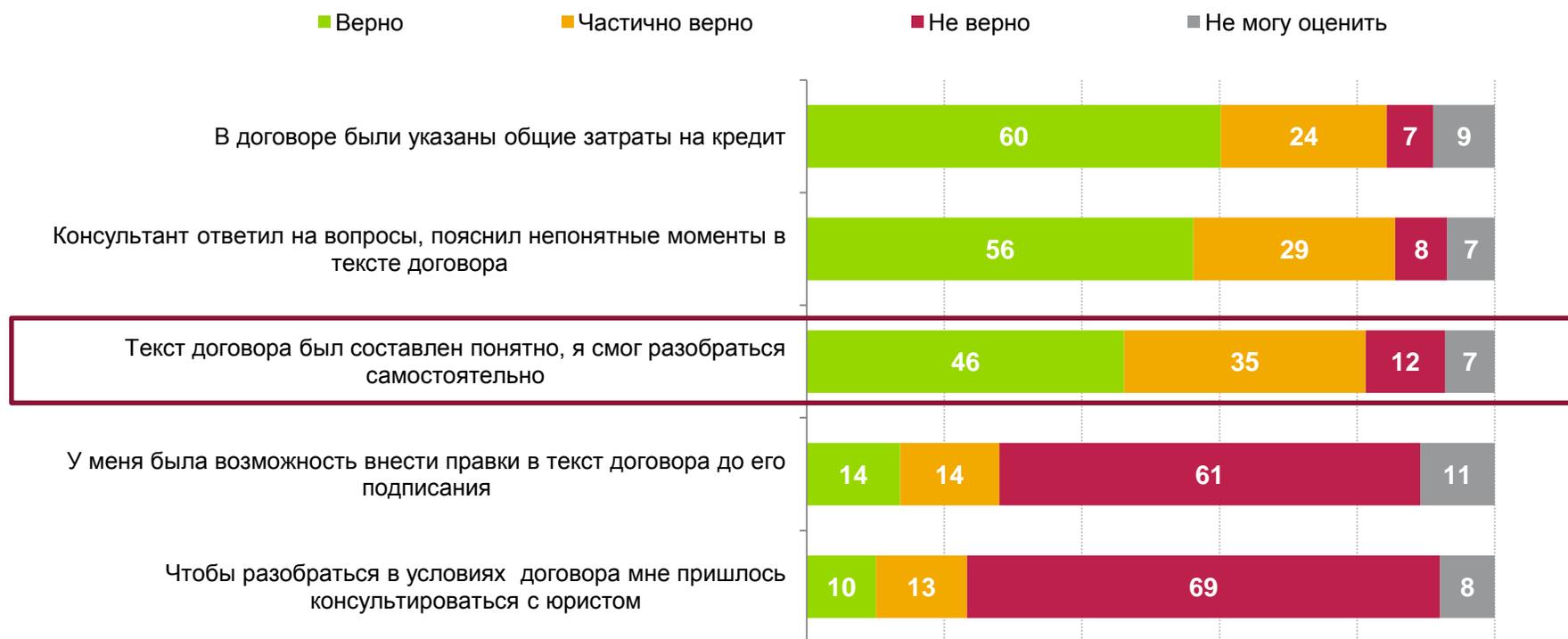
«Скажите, насколько Вы доверяете следующим финансовым организациям?, в % от группы «полностью доверяют/скорее доверяю»



Источник: НАФИ, 2015.

Зачастую потребитель не в состоянии самостоятельно разобраться с условиями договора

«Вы сказали, что брали кредит. Укажите, какие из следующих суждений подходят для описания ситуации Вашего последнего кредитного договора?», в % от бравших кредит в последние 5 лет



Источник: НАФИ, 2016.

Потребитель в большинстве случаев совершает выбор продукта неосознанно!

1 этап. Людям предлагалось оценить условия различных финансовых продуктов и принять решение, оформлять его или нет – потребители хорошо понимают суть сберегательных продуктов и чаще делают правильный выбор, но в случае с кредитами допускают ошибки и полагаются на эмоции.

2 этап. Людям предлагалось определить оптимальный продукт для определенных целей (например, выбрать наиболее надежный или выгодный инструмент) – непонимание различий между понятиями «доходность» и «надежность», а также некоторых особенностей карточных продуктов.

3 этап. Люди должны были принять решение о выборе продукта на основе реальных договоров и описаний продуктов – три из четырех комплектов документов, протестированных в ходе исследования, продемонстрировали недостаточный уровень доступности и раскрытия информации об услугах.



Источник: НАФИ, 2016.

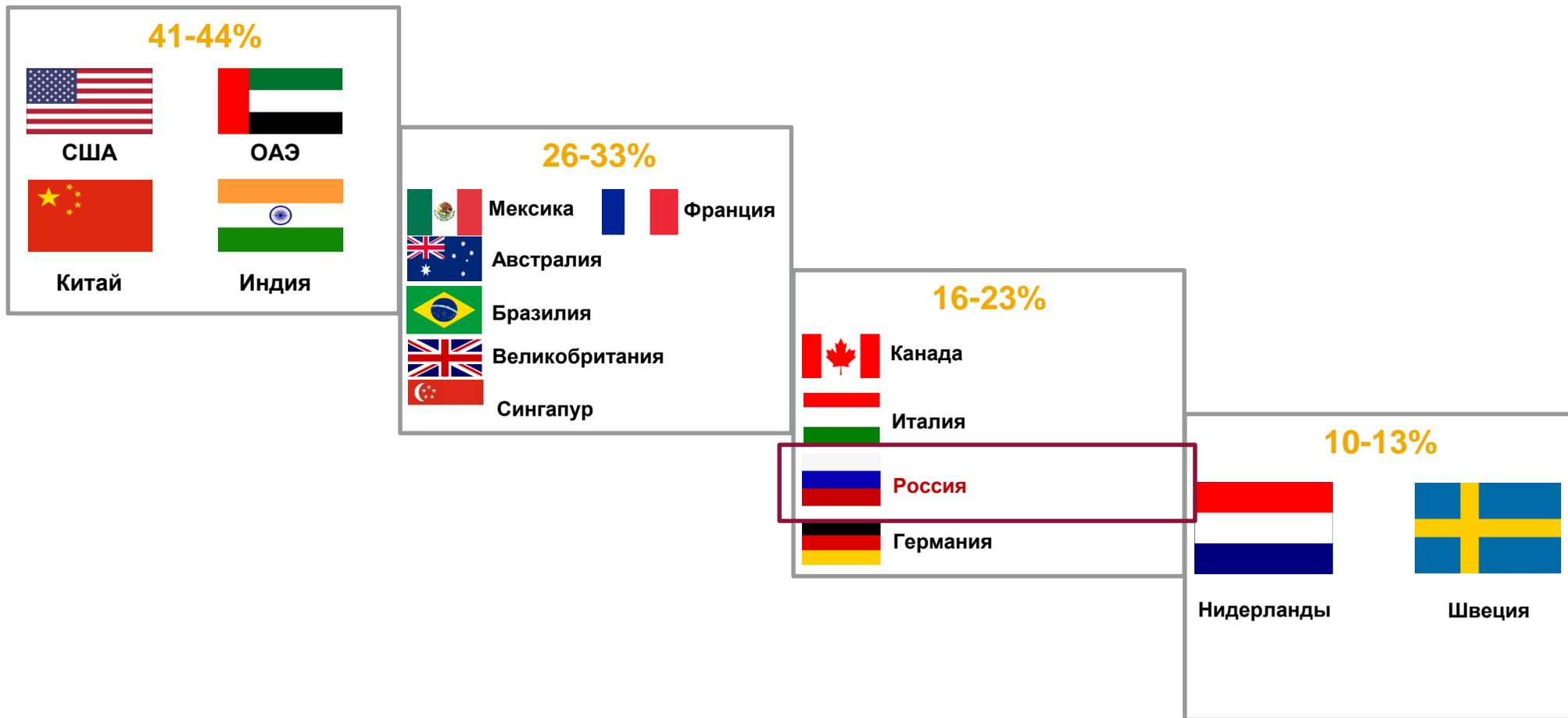
После столкновения с фактом мошенничества четверть россиян начали использовать какие-либо методы защиты. Однако ровно такая же часть продолжили пользоваться картой как и прежде

«Изменился ли Ваш подход к использованию банковской карты после случая мошенничества?», % от всех опрошенных



Источник: НАФИ, 2013-2014.

Однако уровень распространенности мошенничества в России не так высок.
Но, возможно, увеличится в будущем



Источник: Aite Group, ACI Worldwide study of 6,159 consumers in 18 countries, Q1 2014



Спасибо за внимание!

stasevich@nacfin.ru