



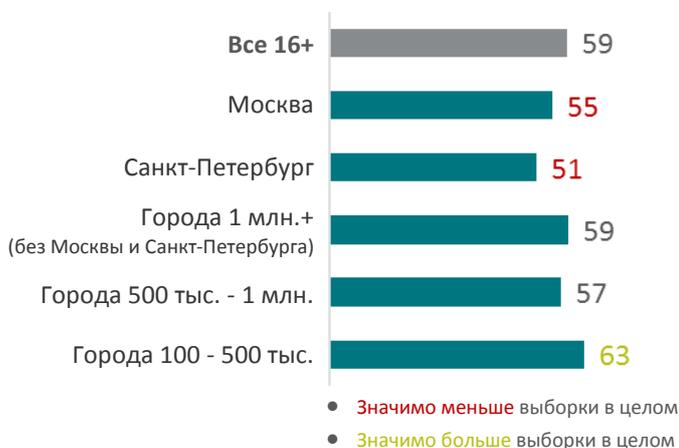
Менее трети российских семей ведут учет своих расходов и доходов

Июнь 2017. Компания Ipsos Comcon публикует данные по финансовому поведению и финансовой грамотности населения из ежеквартального исследования РосИндекс, изучающего стиль жизни, покупки и медиапредпочтения россиян, проживающих в городах с населением от 100 тыс. человек.

Большее половины опрошенных (59%) согласны с утверждением «Мне нравится, когда другие считают, что мои финансовые дела идут успешно». Такое восприятие сильнее выражено в небольших городах (население 100-500 тыс. жителей). В Москве и Санкт-Петербурге с этим высказыванием соглашались значительно меньше респондентов.

Мне нравится, когда другие считают, что мои финансовые дела идут успешно

% согласных с утверждением



Источник: Ipsos Comcon, исследование РосИндекс, 1 кв. 2017
Выборка: Города 100 тыс.+, россияне 16-75 лет

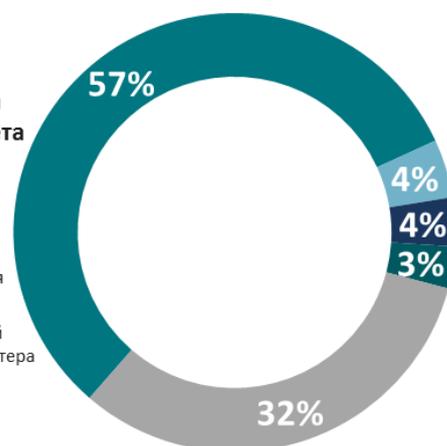
Каждый четвертый (25%) опрошенный склонен тратить деньги не задумываясь. Однако 46% респондентов — независимо от размера города проживания — относят себя к числу тех, кто **хорошо распоряжается деньгами**.

По данным первого квартала 2017 г. 29% семей регулярно ведут **учет своих расходов и доходов**. Из них 57% учитывают расходы на бумаге; по 4% используют для этого программу excel или приложение для мобильного устройства; 3% опрошенных учитывают расходы с помощью установленной на компьютере программы домашней бухгалтерии. 32% опрошенных используют другие способы учета.

Имеющие привычку регулярно вести семейный бюджет, все еще предпочитают делать это на бумаге

Способ ведения регулярного учета семейного бюджета

- На бумаге
- В программе Excel
- В спец. приложении для смартфона / планшета
- В программе домашней бухгалтерии для компьютера
- Другое



Источник: Ipsos Comcon, исследование РосИндекс, 1 кв. 2017
Выборка: домохозяйства, проживающие в городах 100 тыс.+

Тенденции финансового поведения

В первом квартале 2017 г. возможность получения **налогового вычета** использовали 12% опрошенных.

Считают необходимым делать **сбережения**, даже отказывая себе в самом необходимом, 41% опрошенных. Банковский вклад есть у 15% россиян, значимо больше обладателей вкладов в Москве и Санкт-Петербурге. При этом только 8% российских семей делают сбережения ежемесячно, в среднем сумма составляет около 9 500 руб. на семью (22 000 руб. в Москве и 10 000 в С.-Петербурге).

Большинство опрошенных (70%) стараются не брать **деньги в долг**. Более склонны делать долги жители небольших городов (население 100-500 тыс. человек). Жители Москвы и Санкт-Петербурга, напротив, менее склонны к долгам. Банковский кредит

(включая кредитную карту) по данным 1 кв. 2017 г. есть у 18% опрошенных. Ежемесячная выплата по кредитам составляем в среднем 11 000 руб. на семью (15 000 руб. в Москве и 12 500 в Спб).

Жители небольших городов более склонны к **рискованному финансовому поведению** по сравнению с жителями крупных городов. В частности, в небольших городах значимо меньше людей, считающих рискованной покупку акций и ценных бумаг. Жители Москвы и С.-Петербурга более осторожно относятся к приобретению этих финансовых инструментов — рискованными их считают 57% и 56% соответственно. В реальности открывали брокерские счета, приобретали ценные бумаги или ПИФы 1% россиян, опрошенных в рамках исследования [РосИндекс](#). ■

Я стараюсь не брать деньги в долг

% согласных с утверждением



Источник: Ipsos Comcon, исследование РосИндекс, 1 кв. 2017
Выборка: Города 100 тыс.+, россияне 16-75 лет

Покупка акций и ценных бумаг слишком рискованна для меня

% согласных с утверждением



Источник: Ipsos Comcon, исследование РосИндекс, 1 кв. 2017
Выборка: Города 100 тыс.+, россияне 16-75 лет

Об исследовании

[РосИндекс](#) - это самое масштабное ежеквартальное синдикативное исследование стиля жизни и потребления товаров и услуг в России.

РосИндекс позволяет решать целый комплекс задач стратегического маркетинга, таких как: поиск, выделение и описание целевых групп, сегментирование, подбор каналов коммуникации, оценка размера и объема рынков, конкурентный анализ, анализ товарно-марочного портфеля.

В исследовании участвуют россияне 10-75 лет из городов с населением от 100 тыс. жителей. Годовой объем выборки — 24 900 респондентов (13 600 домохозяйств).

Финансовые вопросы задаются респондентам 16+ лет.

О компании

Ipsos Comcon входит в состав международной компании **Ipsos Group**, входящей в тройку глобальных лидеров по объему проводимых маркетинговых исследований и имеющей офисы в 88 странах мира.

Ipsos Comcon в России предоставляет полный комплекс маркетинговых услуг в области тестирования рекламы, инноваций и исследований брендов, в разработке стратегии развития взаимоотношений с потребителями.

В России Ipsos Comcon располагает большим портфелем готовых исследований, позволяющих описать стиль жизни, потребление, покупки и медиапредпочтения россиян.