

УДК 316.334.2(470.345)

ВОСПРИЯТИЕ НАСЕЛЕНИЕМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ**В.А. Иншаков, Л.Ю. Максимова**

Государственное казенное учреждение Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга», Саранск, email: inshakov51@mail.ru

Аннотация. Развитие финансовых институтов представляет собой одну из основных задач экономической политики страны. Во многом от их устойчивости зависит не только в целом рост экономики, но и как следствие повышение уровня и качества жизни населения. В данной статье рассматриваются оценки населения Республики Мордовия деятельности финансовых организаций, полученные посредством проведения массового репрезентативного опроса. Проанализированы показатели удовлетворенности граждан работой финансовых организаций, а также востребованность различных финансовых продуктов и услуг. Вместе с тем рассмотрено восприятие населением стоимости, качества и доступности финансовых услуг, выявлены проблемы при их получении. Проведенное исследование продемонстрировало, что граждане высоко оценивают работу банков, восприятие других финансовых организаций значительно ниже. Среди различных финансовых продуктов и услуг значительный спрос у населения имеют зарплатные карты, а также денежные переводы и платежи. Качеству и доступности приобретаемых финансовых услуг население дает положительные оценки, стоимость часто вызывает нарекания. Наиболее распространенной проблемой при взаимодействии граждан с финансовыми организациями является навязывание дополнительных услуг.

Ключевые слова: финансовые организации, рынок финансовых услуг, финансовые продукты и услуги, удовлетворенность населения, работа, востребованность, качество, доступность, цена.

POPULATION'S PERCEPTION OF THE ACTIVITIES OF FINANCIAL INSTITUTIONS IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA**V.A. Inshakov, L.Y. Maksimova**

State treasury institution of the Republic of Mordovia "Scientific Center for Social and Economic Monitoring", Saransk, email: inshakov51@mail.ru

Abstract. The development of financial institutions is one of the key objectives of the country's economic policy. Their sustainability largely depends not only on overall economic growth but also on the resulting improvement in the standard of living and quality of life of the population. This article examines the assessments of the performance of financial institutions by the population of the Republic of Mordovia, obtained through a large-scale representative survey. Citizen satisfaction with financial institutions and the demand for various financial products and services are analyzed. The public's perception of the cost, quality, and accessibility of financial services is also examined, and problems associated with obtaining them are identified. The study demonstrated that citizens highly value the performance of banks, while their perception of other financial institutions is significantly lower. Among various financial products and services, salary cards, money transfers, and payments are in significant demand. The quality and accessibility of financial services are positively assessed, but pricing is often a source of criticism. The most common problem encountered by citizens when interacting with financial institutions is the imposition of additional services.

Keywords: financial organizations, financial products and services, population, satisfaction, work, demand, quality, accessibility, price.

Дата поступления статьи в редакцию: 21.10.2025

Дата принятия статьи в печать: 21.11.2025

Введение

Рынок финансовых услуг играет важную роль в жизни граждан страны, являясь сложной экосистемой, охватывает широкий спектр финансовых организаций, инструментов и операций, направленных на перераспределение капитала. Нарушение сбалансированности на нем может привести к серьезным последствиям в экономике. Так, резкие колебания курсов валют способны обесценивать сбережения граждан, а проблемы фондового рынка повлиять на снижение стоимости инвестиций и пенсионных накоплений. Неустойчивость банковской системы влечет за собой заморозку счетов и затрудняет доступ к жизненно важным финансовым услугам. Все это подрывает доверие населения к финансовым органи-

зациям и создает атмосферу неопределенности, что негативно сказывается на потребительском спросе и инвестиционной активности. С другой стороны, устойчивый рынок финансовых услуг создает возможности для экономического роста и повышения уровня жизни населения.

Финансовые организации предлагают населению разнообразные формы финансирования, которые адаптированы под индивидуальные потребности и жизненные обстоятельства клиентов [1]. В условиях постоянной изменчивости и многообразия типов финансовых услуг, такие исследователи, как М. С. Мара-мыгин, Г. В. Чернова и Л. Г. Решетникова, предлагают маркетинговое определение финансовой услуги, которое акцентирует внимание не на самой сущности услуги, а на той потребности, которую она удовлетворяет. В соответствии с их подходом, финансовые услуги можно охарактеризовать как «услуги, которые связаны с движением денежных средств и направлены на удовлетворение потребностей в платежах, привлечении заемных средств, сбережениях, инвестициях, страховании и пенсионном обеспечении» [2].

Финансовые организации имеют дело с крупными денежными потоками, и их стабильное функционирование в рамках гражданского оборота играет важную роль в экономике. В связи с этим можно выделить несколько ключевых особенностей, касающихся деятельности всех финансовых учреждений. Прежде всего, для большинства из них установлено требование о регистрации в определенной организационно-правовой форме. Кроме того, Центральный банк Российской Федерации осуществляет контрольные функции в отношении финансовых организаций, за исключением некоторых категорий, таких как лизинговые компании. Этот контроль включает в себя мониторинг соблюдения законодательства, анализ финансовой устойчивости и соблюдение других нормативных требований. Также стоит отметить, что деятельность финансовых организаций возможна только при наличии лицензии, которая подтверждает право организации осуществлять определенные финансовые операции. В случае микрофинансовых организаций, для легитимности их работы требуется обязательное включение сведений о юридическом лице в государственный реестр микрофинансовых организаций. Это требование обеспечивает дополнительный уровень контроля и защиты интересов потребителей, гарантируя, что только те организации, которые соответствуют установленным критериям, могут предоставлять микрофинансовые услуги [3].

В настоящее время особое внимание в России уделяется обеспечению доступности финансовых услуг. В конце 2024 г. Советом директоров Банка России были утверждены «Основные направления повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации на период 2025–2027 годов». Среди приоритетов на ближайшие три года – улучшение финансового самочувствия населения, повышение потребительской ценности и полезности финансовых продуктов. Этих целей планируется достичь с помощью внедрения принципов управления продуктом на финансовом рынке [4].

Материалы и методы исследования

Эмпирической базой для настоящей статьи являются результаты массовых репрезентативных опросов населения в Республике Мордовия, проведенных ГКУ РМ «Научный центр социально-экономического мониторинга» в 2024–2025 гг. в рамках мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг [5]. Использована комбинированная методика, сочетающая личные интервью и компьютерное анкетирование. В 2024 г. и 2025 г. размер выборки составил по 790 респондентов. Для квотирования использовалась трехступенчатая методика, учитывающая половозрастную структуру и географическое распределение постоянно проживающих в регионе. Исследование охватило 22 муниципальных района Мордовии и городской округ Саранск, всего было задействовано свыше сотни различных населенных пунктов.

Результаты исследования

В связи с эволюцией финансовой системы страны в периоды перемен необходим пристальный контроль со стороны государственных институтов и проведение регулярных аналитических исследований. Это позволит оперативно реагировать на возникающие вызовы и возможности, а также обеспечивать устойчивое развитие финансовой системы.

Анализ результатов исследования показал, что в целом работа финансовых институтов в Республике Мордовия воспринимается позитивно. Лидирующие позиции занимают банковские структуры (79% положительных оценок). Значительно ниже, но все же с заметной долей одобрения, находятся страховые компании (47%). Далее следует группа организаций с приблизительно одинаковым уровнем удовлетворенности: частные пенсионные фонды (40%), микрофинансовые институты (38%), кредитные кооперативы (37%), сельскохозяйственные кредитные кооперативы (36%), ломбардные организации и услуги брокеров (по 35%) (рис. 1).



Рис. 1. Удовлетворенность населения работой различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия, % от всех опрошенных



Рис. 2. Востребованность финансовых продуктов и услуг среди граждан, % от всех опрошенных

Рост уровня удовлетворенности работой жителей республики по сравнению с 2024 г. фиксируется относительно всех финансовых организаций. Наиболее существенное увеличение показателей зафиксировано в отношении брокерских организаций (на 16 п. п.), негосударственных пенсионных фондов (на 15 п. п.), ломбардов (на 14 п. п.), кредитных потребительских кооперативов (на 14 п. п.), сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов (на 14 п. п.).

Коридор негативных оценок работы различных типов финансовых организаций в Республике Мордовия не является широким: от 9 до 14% жителей в той или иной степени заявили о своем недовольстве. Следует отметить, что наблюдается большое количество тех, кто затруднился с ответом или же предпочел не отвечать на вопрос (12% — в отношении банков, от 40 до 53% — остальных финансовых организаций).

За прошедший год наиболее востребованными у граждан республики оказались операции с зарплатными картами (76%), за ними следуют переводы денежных средств и различные платежи (50%). Такие финансовые инструменты, как брокерские счета (2%), автокредиты (2%), микрокредиты (1%), инвестиционные продукты (паевые инвестиционные фонды, общие фонды банковского управления, доверительное управление) (1%) и индивидуальные инвестиционные счета (1%), не пользовались широким спросом (рис. 2). Анализ потребительских предпочтений в сравнении с данными 2024 г. показывает незначительные изменения в структуре. Наблюдается небольшое уменьшение в использовании зарплатных карт (на 4 п. п.) и денежных переводов/платежей (на 3 п. п.), при этом возросла доля пользователей дебетовых карт (на 5 п. п.) и услуг негосударственных пенсионных фондов (на 3 п. п.).

	Население в целом	от 18 до 24 лет	от 25 до 34 лет	от 35 до 44 лет	от 45 до 59 лет	от 60 лет и старше
Зарплатная карта	76	65	75	81	81	72
Денежные переводы и платежи	50	44	61	58	55	38
Дебетовая карта	28	37	41	35	29	14
Страхование	22	9	23	23	25	21
Банковские вклады	20	7	17	21	23	21
Кредитная карта	19	14	22	25	27	9
Потребительский кредит	9	2	12	12	11	7

Рис. 3. Использование отдельных финансовых продуктов и услуг в различных возрастных группах в 2025 г., % от всех опрошенных

По востребованности у населения за последний год лидируют услуги по обслуживанию зарплатных карт (76%), далее расположены денежные переводы и платежи (50%). Малым спросом пользовались брокерские счета (2%), автокредиты (2%), микрозаймы (1%), инвестиционные услуги (ПИФы, ОФБУ, доверительное управление) (1%) и индивидуальные инвестиционные счета (1%) (рис. 2). По сравнению с замером 2024 г. структура потребления финансовых продуктов и услуг изменилась незначительно. Можно отметить, что снизился уровень использования зарплатных карт (на 4 п. п.), денежных переводов, платежей (на 3 п. п.) и увеличилась доля тех, кто пользуется дебетовыми картами (на 5 п. п.) и получает услуги негосударственных пенсионных фондов (на 3 п. п.).

Потребность в финансовых продуктах и услугах варьируется в зависимости от категории населения. Наемные работники чаще других отдавали предпочтение зарплатным картам (84%), денежным переводам и платежам (59%), а также дебетовым (33%) и кредитным картам (24%). Предприниматели чаще выбирали дебетовые карты (54%), банковские депозиты (29%), кредитные карты (29%) и страховые услуги (32%). Официально зарегистрированные безработные активно использовали кредитные карты (40%), потребительские кредиты (30%) и микрокредиты (10%), а студенты — денежные переводы и платежи (67%). В столице региона высоким спросом пользовались дебетовые карты (39%), банковские вклады (30%), а также денежные переводы и платежи (62%).

В зависимости от возраста респондентов также наблюдаются некоторые различия: зарплатными картами чаще пользуются граждане в возрасте от 35 до 59 лет (81%), дебетовыми картами — от 18 до 59 лет (36%), кредитными картами — от 25 до 59 лет (25%), банковскими вкладами — от 35 до 60 лет

и старше (22%), потребительскими кредитами — от 25 до 59 лет (12%). Осуществляют денежные переводы и платежи лица в возрасте от 25 до 59 лет (58%), прибегают к услугам страхования — от 25 до 59 лет (24%)

Возрастные группы респондентов демонстрируют определенные предпочтения в использовании финансовых инструментов: наиболее часто зарплатные карты востребованы среди граждан в возрасте 35-59 лет (81%), дебетовые карты популярны у лиц 18-59 лет (36%), в то время как кредитные карты выбирают в основном респонденты 25-59 лет (25%). Банковские вклады привлекательны для возрастных категорий 35-60 лет и старше (22%), а потребительские кредиты чаще всего берутся лицами в возрасте 25-59 лет (12%). Денежные переводы и платежи наиболее активны среди респондентов 25-59 лет (58%), а страховые услуги востребованы у граждан того же возраста (24%) (рис. 3).

На принятие решения о выборе финансовых продуктов и услуг традиционно влияют их ценовые и неценовые характеристики. Наиболее высокие показатели удовлетворенности ценой отмечены в рамках обслуживания дебетовых карт (89%), денежных переводов и платежей (87%), банковских вкладов (86%) и зарплатных карт (85%) (табл. 1). Максимальная уровень удовлетворенности (100%) наблюдается при использовании инвестиционных услуг и индивидуального инвестиционного счета, однако следует учитывать, что данная категория клиентов относительно невелика, что делает эти показатели вероятностными. Наименьшую удовлетворенность ценой вызывают ипотечные кредиты (53%), потребительские кредиты (50%) и микрозаймы (27%). В сравнении с замером 2024 г. отмечен рост удовлетворенности по восьми рассматриваемым позициям в диапазоне от 2 до 30 п. п., а снижение — по пяти позициям в пределах от 1 до 6 п. п.

Таблица 1

**Удовлетворенность населения различными характеристиками финансовых продуктов и услуг,
% от тех, кто пользовался данными услугами**

Финансовый продукт, услуга	Цена		Качество		Доступность	
	2025 г.	2024 г.	2025 г.	2024 г.	2025 г.	2024 г.
Индивидуальный инвестиционный счет	100	83	100	83	100	83
Инвестиционные услуги	100	74	100	83	100	83
Дебетовая карта	89	90	93	93	93	92
Денежные переводы и платежи	87	85	94	92	94	91
Банковские вклады	86	76	91	86	92	86
Зарплатная карта	85	87	89	91	89	91
Брокерский счет	75	60	75	70	81	70
Кредитная карта	72	72	88	85	90	89
Автокредит	67	37	87	62	87	68
Услуги НПФ	66	72	77	78	80	83
Страхование	65	68	81	83	89	89
Ипотечный кредит	53	36	75	66	72	69
Потребительский кредит	50	47	78	76	82	81
Микрозаймы	27	29	46	56	55	86

Качество финансовых продуктов и услуг оценивается существенно выше цены. Несмотря на низкую популярность среди потребителей, безусловными лидерами по этому показателю являются инвестиционные услуги и индивидуальные инвестиционные счета (по 100% соответственно). В целом практически по всем исследуемым позициям отмечаются высокие значения, исключение составляют микрозаймы (46%). По сравнению с прошлогодним замером заметные изменения произошли лишь в оценках тех товаров и услуг, которые интересны небольшому количеству людей. Однако из-за малого числа отзывов об этих продуктах и услугах сложно делать какие-либо серьезные выводы об их качестве или влиянии на общую удовлетворенность клиентов.

Оценки доступности финансовых продуктов и услуг в значительной степени коррелируют с восприятием их качества. Большая часть населения имеет возможность ими пользоваться и в целом довольна этим аспектом. Наименьшую удовлетворенность респонденты выражают в отношении доступности микрокредитования (55%). В годовой ретроспективе практически по всем рассматриваемым финансовым продуктам и услугам наблюдается увеличение уровня удовлетворенности, варьирующееся от 1 до 19 п. п. Значительное падение показателя зафиксировано в сфере микрозаймов (на 31 п. п.).

Общая оценка удовлетворенности потребителей финансовыми продуктами и услугами была определена на основе их оценок ценовой политики, качества и доступности. Этот сводный показатель представляет собой среднее арифметическое указанных параметров. Максимальные значения отмечены для индивидуальных инвестиционных счетов (100%), инвестиционного обслуживания (100%), дебетовых карт (92%), сервисов денежных переводов и платежей (92%), банковских депозитов (90%), зарплатных карт (88%) и кредитных карт (83%), а также автокредитов (80%) (рис. 4). Минимальный уровень удовлетворенности зафиксирован в сегменте микрозаймов (43%).

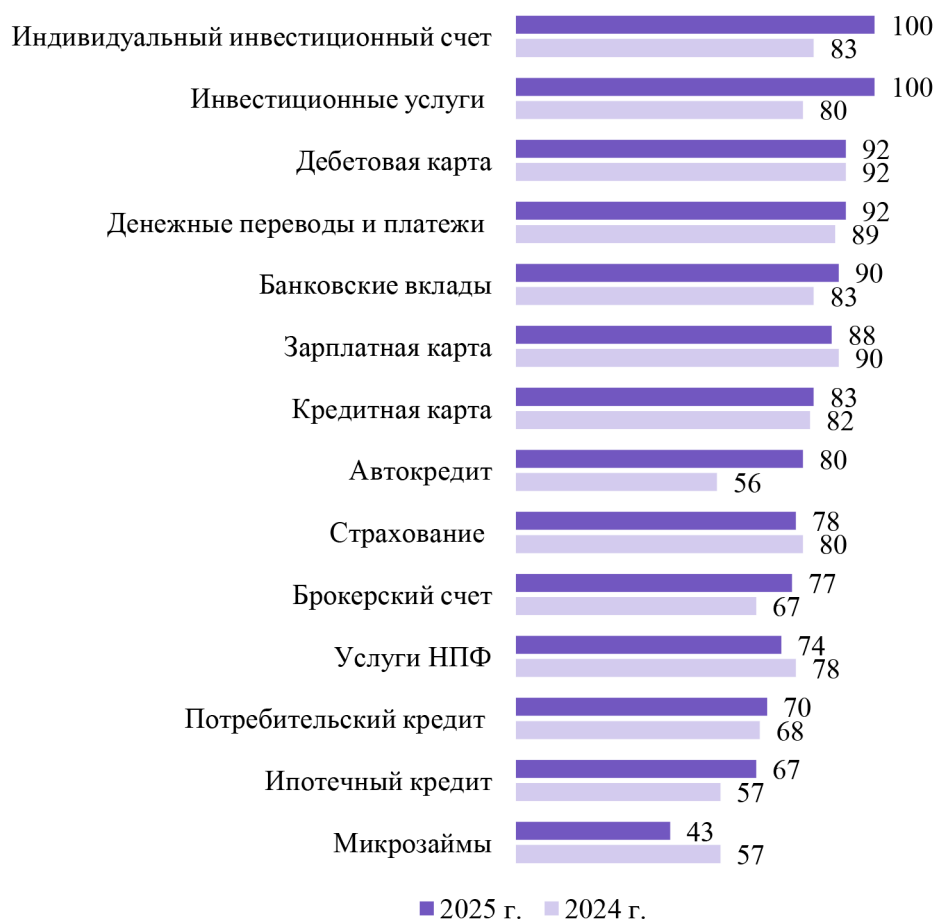


Рис. 4. Удовлетворенность финансовыми продуктами и услугами (среднее значение), % от тех, кто пользовался данными услугами

Согласно опросу, 40% респондентов не испытывают затруднений при использовании финансовых услуг. В годовой ретроспективе доля таких респондентов увеличилась на 4 п. п. В числе главных проблем, с которыми сталкиваются потребители, лидируют навязывание дополнительных услуг (36%), нехватка средств (27%), недостаток знаний и навыков (21%) и недоверие к финансовым институтам (21%). По сравнению с данными за 2024 г., респонденты чаще указывали на возросшее недоверие к финансовым организациям (+6 п. п.), недостаток опыта (+5 п. п.) и дефицит личных денежных средств (+5 п. п.) (рис. 5).

В зависимости от различных социально-профессиональных характеристик респондентов наблюдаются различия в оценках трудностей, возникающих при получении финансовых продуктов и услуг. В частности, на навязывание дополнительных услуг в большей мере указывают работающие по найму (39%). Предприниматели чаще обращают внимание на высокую стоимость (25%), сложность процедуры оформления (29%). Студенты говорят о длительных сроках получения (19%) и недостаточных знаниях (29%). Пенсионеры отмечают недостаток собственных денежных средств (33%), а также знаний и опыта (29%). Самозанятые, временно неработающие и учащиеся высказываются об отсутствии каких-либо сложностей (60, 50 и 67% соответственно).



Рис. 5. Трудности, существующие при получении гражданами финансовых продуктов и услуг, % от тех, кто пользовался данными услугами



Рис. 6. Восприятие гражданами динамики простоты использования финансовых продуктов и услуг за последние три года, % от всех опрошенных

Несмотря на наличие определенных проблем, большинство опрошенных (68%) уверены в том, что в настоящее время пользоваться финансовыми продуктами стало значительно проще по сравнению с тем, как это было три года назад. Однако 14% респондентов имеют противоположное мнение, считая, что ситуация ухудшилась (рис. 6).

Позитивные ответы в большей степени распространены среди учащихся (89%) и студентов (78%). Негативного мнения чаще придерживались предприниматели (25%) и официально безработные (50%). Других значимых различий в профессионально-статусных и социально-демографических группах нет. По сравнению с замером 2024 г. показатель восприятия простоты получения финансовых продуктов и услуг снизился на 3 п. п. При этом на 4 п. п. увеличилась доля респондентов, отмечающих повышение сложности их использования.

Выводы

По результатам проведенного исследования можно отметить ряд выводов о восприятии населением деятельности финансовых организаций на территории Республики Мордовия. Большинство жителей региона высоко оценивают работу банков. В отношении других финансовых организаций удовлетворенность населения значительно ниже. Тем не менее в годовой ретроспективе наблюдается увеличение положительных суждений в отношении всех рассматриваемых финансовых организаций.

Из различных финансовых продуктов и услуг наиболее востребованы у населения зарплатные карты, затем следуют денежные переводы и платежи. Респонденты редко пользуются брокерскими счетами, автокредитами, микрозаймами, инвестиционными услугами (ПИФы, ОФБУ, доверительное управление) и индивидуальными инвестиционными счетами.

Приобретаемые финансовые продукты и услуги оцениваются преимущественно положительно по качеству и доступности, наиболее существенные вопросы у потребителей к стоимостным характеристикам. В годовой ретроспективе наблюдается заметное повышение уровня удовлетворенности ценой в отношении кредитных продуктов и сберегательных инструментов. В целом по всем характеристикам (стоимость, качество, доступность) наименьшая удовлетворенность населения отмечается в отношении сферы микрофинансирования, что требует особого внимания.

Трудности при получении финансовых услуг испытывают более половины опрошенного населения республики. По сравнению с 2024 г. доля респондентов, столкнувшихся с трудностями, незначительно уменьшилась. Самая распространенная проблема — навязывание финансовыми организациями дополнительных услуг. Практически не значимы для населения барьеры территориального характера. Однако большинство жителей региона отмечает упрощение возможности получения финансовых продуктов и услуг в динамике за последние три года.

На основе результатов проведенного исследования можно отметить, что стимулированию развития рынка финансовых услуг в регионе будут способствовать такие мероприятия, как снижение влияния ценового фактора на доступность финансовых продуктов и услуг; предотвращение навязывания дополнительных услуг; повышение прозрачности информации о стоимости финансовых услуг; запрет на автоматическое включение в договор дополнительных услуг; разработка и продвижение привлекательных сберегательных продуктов, информирование о государственных программах поддержки сбережений, таких как система страхования вкладов и программы софинансирования пенсионных накоплений; организация бесплатных обучающих курсов с привлечением квалифицированных экспертов по рискогенным финансовым продуктам и услугам (индивидуальный инвестиционный счет, брокерский счет и т. д.).

Литература

1. Калачева Е.А., Кириенко Е.А. Понятие финансовой доступности и критерии ее оценки // Вестник НГУЭУ. 2018. № 1. С. 131-138. EDN: YWMITG.
2. Марамыгин М.С., Чернова Г.В., Решетникова Л.Г. Цифровая трансформация российского рынка финансовых услуг: тенденции и особенности // Управленец. 2019. Т. 10, № 3. С. 70-82. DOI: 10.29141/2218-5003-2019-10-3-7. EDN: NANAWN.
3. Рахманина Н.В. Понятие интернета и проблемы, связанные с оказанием финансовых интернет-услуг // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 5, Юриспруденция. 2015. № 4 (29). С. 107-113. EDN: VMKVUP.
4. Банк России. Основные направления повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации на период 2025-2027 годов. [Электронный ресурс]. URL: http://www.cbr.ru/develop/development_affor/strategy_fd/ (дата обращения 07.10.2025).
5. Доклад о состоянии и развитии конкуренции в Республике Мордовия в 2024 г. [Электрон. ресурс]. URL: <https://mineco.e-mordovia.ru/the-development-of-competition/report-on-the-status-and-development-of-competition-in-the-republic-of-mordovia/index.php> (дата обращения: 07.10.2025).