



Аналитический отчет об оценке отношения населения к кредитам и кредитным продуктам

В партнерстве с:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation



WORLD BANK GROUP

IFC International
Finance Corporation

ГЛОССАРИЙ

ФГД – фокус-групповые дискуссии

IFC – Международная финансовая корпорация

РРП – Районы республиканского подчинения

МФО – Микро финансовые организации

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛОССАРИЙ	2
ВВЕДЕНИЕ	4
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ	6
2. МЕТОДОЛОГИЯ И ВЫБОРКА ИССЛЕДОВАНИЯ	8
3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	10
3.1. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПРОДУКТА «СНОВА В СТРОЮ»	10
3.1.1. Причины несвоевременных выплат по кредитам.....	10
3.1.2. Оценка материала «План расходов на 14 дней»	11
3.1.3. Оценка материала «Кошелек»	12
3.1.4. Оценка СМС-напоминаний	14
3.1.5. Оценка бонусной системы	14
4.2. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПРОДУКТА «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ КРУГ»	15
4.2.1. Отношение и практика сбережений.....	15
4.2.2. Оценка финансового продукта «Сберегательный круг»	16
4.2.3. Оценка материала «Календарь сбережений на 6 месяцев»	16
4.2.4. Оценка СМС-напоминаний	17
ВЫВОДЫ	18

Обзор и основные выводы, инновационные продукты и подходы, которые мотивируют потребителей микрофинансирования делать правильный выбор

До недавних пор некоторые МФО и другие доноры инвестировали в углубление знаний и повышение квалификации (например, в аудиторные программы, образовательные фильмы, крупные события). Но, после того как на обучение и финансовую грамотность были израсходованы огромные средства, многие все еще указывают на разрыв между знаниями/осведомленностью и изменившимся поведением.² Вместе с тем, не слишком ли быстро мы сбрасываем микрозаемщиков со счетов как безграмотных в финансовом отношении людей? Люди, не имеющие формального образования, могут очень хорошо распорядиться деньгами, и мы все можем вспомнить кого-нибудь с высшим образованием, кто принимал ужасные финансовые решения. Нам необходимо думать, выходя за рамки учебников и занятий в классе. Что-то еще искажает или коротит процесс принятия нами решений. Эксперты начинают исследовать психологию, которая мотивирует принятие финансовых решений.³

Учитывая это, IFC работает с банками и МФО в Таджикистане над адаптированными проектными мероприятиями, которые могут помочь клиентам визуализировать и ставить цели, планировать, подталкивать, напоминать, стимулировать и поощрять удачные финансовые решения. Для вдохновения проект опирается на ряд экспериментальных инноваций, применявшихся в работе “Juntos” с “BBV-Bancomer” в Мексике, KGFS – в Индии, “Ideas42” с банком “Green Bank” – на Филиппинах, и “Good Return” с мобильными операторами – на Соломоновых островах. МФК провела анализ в 10 фокус-группах, состоящих из мужчин и женщин разного возраста из трех регионов (городские пригороды и села), включая как наемных работников, так и лиц, зарабатывающих неофициальной торговлей и сельским хозяйством. Проект ставил своей целью узнать о том, что таджикские потребители микрофинансирования думают о своих деньгах, ведут ли они – и, если ведут, то как – учет расходов и доходов, а также о том, что могло бы послужить для них мотивацией к экономии и регулярному погашению своих микрокредитов.

В исследовании высказываются предположения об ограничениях ментального учета (восприятия ценности, полезности, затратности и выгоды от чего-либо) и предпочтения людей думать о деньгах в виде крупных сумм, а также о плановых расходах. Среди респондентов в возрасте до 30 лет наблюдается не просто размытость представления о небольших расходах, подарках и вечеринках, а утомление от того, что они думают о таких вещах. Возможно, в данном случае имеет место намеренное стремление не думать о таком виде расходов. Более молодые респонденты и жители Душанбе считают, что хорошо справляются с мысленным отслеживанием своих расходов, даже когда признают наличие огромных пробелов при еженедельном подведении счетов. Все опрошенные с большей уверенностью отвечают на вопросы о регулярных расходах (коммунальные услуги, продовольственные продукты, транспорт) и волнуются по поводу крупных запланированных расходов (бытовые приборы, автомобиль, плата за школу). Однако те, кто экономит, оказываются потрясены той регулярностью, с которой небольшие расходы (чай, сладости), беспорядочные траты (вечеринки, подарки на дни рождения) и “неожиданные” невзгоды,

¹ This report is prepared by Colleen Mascenik, Program Manager, IFC Azerbaijan and Central Asia Micro-and Responsible Finance, with MVector, Tajikistan, July 2016.

² Центр финансовой интеграции и действий, “Изменение поведения: инновации в сфере финансовой грамотности”, 2015 год.

³ Маргарет Шеррард Шерраден, “Финансовая грамотность – что это и как это может быть создано?” Центр социального развития, 2010 год.

которые, на самом деле, являются ожидаемой частью жизни (болезнь, проблемы с автомобилем, пожар, порча имущества), оказывались столь же крупными (или даже крупнее), что и регулярные и “крупные” расходы. При ответе на просьбу приоритизировать цели сбережений категория “на черный день” последовательно оказывается последней.

Исследование также обнаруживает интересные паттерны в поведении, связанном с планированием/сбережениями. Среди лиц более старшего возраста (особенно, старше 50 лет) отчетливо прослеживается предпочтение вести учет расходов на бумаге, причем многие респонденты старшего возраста, а также рыночные торговцы, хранят дома блокноты с учетом расходов, которые даже используются для сопоставления затрат и плановых расходов от месяца к месяцу и от года к году. Участники младшего возраста – в особенности, респонденты в возрасте 18-30 лет из Душанбе – полагаются, в основном, на ментальный учет и практически не ведут учет расходов на бумаге. Кроме того, по всей видимости, существует корреляция между учетом и разделением наличных денег, физически помещаемых в разные места для разных нужд, и даже еще более сильная корреляция между разделением наличных денег и экономией. Всё это делают участники в Худжанде и Истаравшане, в то время как респонденты в Дашунбе и, в особенности, Вахше, либо почти не делают это, либо не делают это совсем (во всех возрастных группах).

Поскольку ментальный учет уходит от реальности, дисциплина и память о финансовых планах со временем ослабевают. Респонденты строят неверные суждения о своих расходах (часто недооценивая их действительные размеры) и, с увеличением временных интервалов, испытывают все меньше и меньше уверенности. В то время как наемные работники испытывают большую уверенность в своем учете (возможно, даже чрезмерную уверенность – в ущерб учету расходов), индивидуальные предприниматели и лица с нерегулярным заработком меньше уверены в достижении фиксированного целевого показателя для ежемесячного погашения своих микрокредитов.

Исследование поднимает ряд интересных вопросов:

- **Если учет и разделение денег являются первыми шагами на пути к формированию экономного поведения, можно ли подтолкнуть молодежь и городских жителей к поведению более старшего поколения?** По всей видимости, для этого могут пригодиться записи на бумаге или любых носителях, которые можно пощупать. Также могли бы пригодиться визуальные средства и инструменты, которые дают возможность разделения денег.
- **Но как подтолкнуть ментальный учет к учету реальному?** Одна из задач заключается в необходимости снятия стресса, с которым сопряжены мысли о мелких расходах. Это может быть инструмент, который помогает предвидеть и заранее выделять очень мелкие расходы (например, планирование еженедельного выделения на чаепития небольшой суммы, которую можно носить в отдельном “чайном кошельке”)? Или это может быть мобильное приложение в игровой форме, которое позволяет с легкостью вести учет мелких расходов по мере их возникновения – такое как “Expense Manager”?
- **Другая задача заключается в обеспечении возможности визуализации и планирования выделения на расходы сумм, которые не являются “крупными”.** Одним из способов может быть когнитивный инструмент, который делает беспорядочные траты “крупными” (например, банка для денег, расходуемых на ежемесячные празднования дней рождения), но в случае расходов “на черный день” Таджикистану действительно нужны продукты микрострахования. Как видно в ряде стран с низким уровнем доходов, где операторы мобильной связи и МФО могут реализовывать программы микрострахования жизни, пожизненного микрострахования долговых обязательств и микрострахования на случай

госпитализации, такие программы являются простыми и доступными для малоимущих продуктами, которые можно легко привязать к пополнению баланса сотовых телефонов и микрофинансовым продуктам, и на которые устанавливаются доступные тарифы в виде разовых “крупных” ежемесячных расходов. (В настоящее время МФО в Таджикистане запрещено реализовывать страховые продукты).

- **Если с течением более длительного времени мы утрачиваем уверенность в своем учете, сможем ли мы более эффективно экономить деньги и погашать долги в жестких временных рамках?** Лица с нерегулярным заработком считают, что могли бы лучше с этим справиться в условиях необходимости осуществлять более частые выплаты в счет погашения, но с предусмотренной при этом гибкостью. Все отмечают, что в этом им могли бы помочь SMS-напоминания. Разумеется, фактические возможности погашения зависят от гораздо большего количества факторов, чем те, которые были здесь рассмотрены, но эти когнитивные инструменты могли бы оказаться полезными.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью данного исследования являлось изучение отношения текущих заёмщиков микрофинансовых организаций к сбережениям, выплатам кредитов и долгов, реакции на различные стимулы, напоминания и социальное давление.

Задачей данного исследования являлось:

- Анализ причин несвоевременных выплат по кредитам
- Оценка опыта, сберегательного поведения и выплат по кредитам
- Оценка мнений о положительных и отрицательных стимулов
- Оценка мнений о напоминаниях, посредством смс, календарей и кошелька с 4-мя отделами
- Оценка социального давления от групповых кредитов, и индивидуальных и т.п.

География исследования :

- г. Душанбе
- РРП – Гиссарский район
- Хатлонская область – город Кугран –Тюбе, Вахшский район
- Согдийская область - города Худжанд, Канибадам, Истаравшанский район

Целевая аудитория:

Кредитованность:

1) Группа риска:

Текущие заемщики (в МФО) с:

- 2 и более кредитами на текущий момент;
- с постоянными просрочками по выплатам;
- с просрочками по выплатам более 30 дней.

2) Текущие заемщики с 1 кредитом (в МФО)

Пол, возраст:

- Пары муж-жена в возрасте 18-30 лет;
- Мужчины и женщины (примерно 50%/50%) в возрасте 30-50 лет;
- Пенсионеры

Тип кредита:

- Потребительский кредит
- Бизнес кредит (сельское хозяйство, торговля, транспорт, строительство)

Сумма кредита:

- <17000 сом
- 17000-34000 сом

Образование (смешанные группы, примерный %):

- Среднее образование или менее
 - Среднее профессиональное образование
 - Высшее образование- 50%
- } 50%

Занятость (смешанные групп):

- Представители различных профессий
- Главным образом люди, вовлеченные в сельское хозяйство, торговлю, транспортировку, строительство с нестабильными изменчивыми доходами.

Доход (смешанные группы):

- В основном люди с низким и средним уровнем дохода

2. МЕТОДОЛОГИЯ И ВЫБОРКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Реализация проекта осуществлялась качественным методом исследования – проведение 10 **фокус-групповых дискуссий**, что позволило изучить проблему с точки зрения причинно – следственных связей.

Было решено проводить дискуссии в целевых городах и районах посредством специального отбора респондентов исходя из заданных критериев целевой аудитории. Отбор респондентов осуществлялся при содействии Микро Финансовых Организаций, которые отбирали своих клиентов по соответствующим критериям.

В исследовании приняли участия клиенты Микро Финансовых Организаций: ЗАО «Первый Микро финансовый Банк», ЗАО МДО "Имон Интернешнл", ООО МДО «Финка» и ООО МДО «Арванд»

Также отбор участников ФГД осуществлялся со стороны специалистов компании методом «снежного кома». Данный метод получения выборки основан на том, что почти каждый представитель целевой группы мог назвать еще одного или нескольких человек, которые входят в эту группу. Таким образом, исследователю необходимо было отобрать первых респондентов, а те, в свою очередь, порекомендуют остальных.

Всего в фокус-группах участвовало 78 человек:

Таблица.1 Распределение выборки

Область	Район/город	Кол-во ФГД
Душанбе	Душанбе	2
РРП	Гиссарский район	1
Согд	Худжанд	2
	Истаравшанский район	1
	Канибадамский район	1
Хатлон	Курган-тюбе	2
	Вахшский район	1
Итого		10

Критерии отбора участников представлено в таблице 2.

Таблица 2. Распределение выборки по целевым участникам

Область	Город/Село	Возраст/группа	Пол	Тип заемщика	Сумма кредита
Душанбе	Душанбе	18-30	Мужчины	Текущие заемщики с 1 кредитом	17000-34000 сом
			Женщины		
		старше 50 лет	Мужчины	Группа риска: текущие заемщики с 2 и более кредитами на текущий момент И/ИЛИ 2) с постоянными просрочками по выплатам И/ИЛИ 3) с просрочками по выплатам более 30 дней	<17000 сом
			Женщины		
РРП	Гиссарский район	31-50	Мужчины	Группа риска: текущие заемщики с 2 и более кредитами на текущий момент И/ИЛИ 2) с постоянными просрочками по выплатам И/ИЛИ 3) с просрочками по выплатам более 30 дней	<17000 сом
			Женщины		
Согд	Худжанд	18-30 (Пара муж и жена)		Группа риска: текущие заемщики с 2 и более кредитами на текущий момент И/ИЛИ 2) с постоянными просрочками по выплатам И/ИЛИ 3) с просрочками по выплатам более 30 дней	<17000 сом
	Худжанд	31-50	Мужчины	Группа риска: текущие заемщики с 2 и более кредитами на текущий момент И/ИЛИ 2) с постоянными просрочками по выплатам И/ИЛИ 3) с просрочками по выплатам более 30 дней	17000-34000 сом
			Женщины		
	Истаравшанский район	18-30	Мужчины	Группа риска: текущие заемщики с 2 и более кредитами на текущий момент И/ИЛИ 2) с постоянными просрочками по выплатам И/ИЛИ 3) с просрочками по выплатам более 30 дней	<17000 сом
			Женщины		

Хатлон	Канибадамский район	старше 50 лет	Мужчины	Текущие заемщики с 1 кредитом	<17000 сом
			Женщины		
	Курган-Тюбе	31-50	Мужчины	Текущие заемщики с 1 кредитом	<17000 сом
			Женщины		
	Курган-Тюбе	старше 50 лет	Мужчины	Группа риска: текущие заемщики с 2 и более кредитами на текущий момент И/ИЛИ 2) с постоянными просрочками по выплатам И/ИЛИ 3) с просрочками по выплатам более 30 дней	17000-34000 сом
			Женщины		
	Вахшский район	18-30	Мужчины		
			Женщины		

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПРОДУКТА «СНОВА В СТРОЮ»

3.1.1. Причины несвоевременных выплат по кредитам

С участниками ФГД было проведено обсуждение о несвоевременных выплатах по кредитам.

В ходе обсуждений во всех целевых группах участниками были озвучены основные причины, по которым платежи могут быть несвоевременными. Причины можно объединить в следующие группы;

1) Непредвиденные внешние факторы– 1) экономический кризис, который привел к ослаблению курса сомони к доллару, а также ухудшение покупательной способности населения. Многие из участников дискуссий лично попали в ловушку просроченного кредита, из-за того, что их бизнес оказался на краю банкротства. 2) ухудшение состояния здоровья человека, что подорвало его возможность зарабатывать, из-за чего он не смог вовремя оплачивать кредит.

Участниками также были приведены примеры из жизни, почему они не смогли вовремя погасить кредит: - это пожар на рынке Корвон, из-за чего она обанкротилась. Также участники назвали в ряде причин некомпетентное поведение сотрудников банка, когда они, видя, что человек имеет другой открытый кредит, выдают ему еще один кредит.

2) Личностные факторы – когда человек взявший кредит не понимает всей ответственности своего поступка и полагается на волю судьбы или удачи, или же на родственников, и сам не стремится зарабатывать, чтобы закрыть свой кредит в срок. Другой личностный фактор – это неспособность человека рассчитывать свои реальные силы и возможности, из-за чего он не в состоянии правильно контролировать свои расходы и доходы, что создает почву для несвоевременного погашения кредита.

Участники привели примеры, когда люди взяв кредит, исчезали и оставляли все бремя на поручителя, а также был приведен пример с мужчиной, который, не имея источников дохода взял большую сумму кредита и потом потерял все свое имущество.

3.1.2. Оценка материала «План расходов на 14 дней»

После заполнения формы плана по расходам на 14 дней, участники дискуссии сказали свое мнение по поводу ведение плана расходов.

Обобщая результаты проведенных дискуссий можно заключить, что большинство участников не ведут учет своих расходов, и тем более не планируют расходы и доходы в долгосрочной перспективе. Основная причина, с которой связано такое поведение, является недостаточность доходов, которые в основном идут на погашение кредита, и на удовлетворение первичных потребностей. Сумма их доходов настолько незначительна, что не требует особых усилий запомнить все расходы в уме.

Среди тех участников, которые ведут учет расходов – больше половины являлись участники дискуссий по городам Худжанд, Истаравшан, Канибадам и Душанбе, больше ведущих учет, оказалось в возрастные категории от 31-50 лет. Оказалось, что ведение учета имеет связь с видом деятельности участника – представители сферы торговли, индивидуальные предприниматели, всегда ведут учет расходов и доходов, а также планируют свои будущие расходы и доходы. Наоборот, наемные работники не практикуют такое поведение.

Категория, которая ведет учет затрат, делают это в виде журналов и тетрадей. Обычно тетради хранятся дома, на видном месте, так как к ним имеют доступ и другие члены семьи. Из всех групп, только один участник заявил, что ведет учет и план затрат в электронном виде.

Форма для планирования расходов на 14 дней не вызвала затруднений для заполнения ни в одной из групп. По результатам, участники предложили применить ее для месячного планирования, чтобы была большая возможность включения непредвиденных расходов. Также участники предложили добавить в форму колонки по статьям затрат, для того, чтобы в будущем можно было анализировать форму для оптимизации некоторых типов затрат.

Участники от 18 -30 лет

Город Худжанд – Всего три участника ведут учет своих расходов, остальные не ведут.

Город Душанбе – Никто из участников ранее не делал записи по ведению каждодневных расходов. Все считают свои крупные расходы в уме, а счет мелких расходов не ведется вообще. Основная причина, по которой участники не хотели бы делать ежедневные записи является психологическое давление, которое носит этот процесс. Участники говорят, что в

силу того, что у них доходы маленькие, им было бы страшно смотреть размер своих ежедневных расходов.

Один из участников отметил, что в силу традиционных устоев есть множество непредвиденных расходов, к примеру, нужно навещать родственников, ходить на свадьбы, или другие меропрятий семейного характера, поэтому вести счет является сложным.

Район Вахш - Никто из участников не составлял раньше план своих расходов. Основная причина – маленький размер доходов, который не позволяет им иметь свободу в распределении и планировании.

Район Истаравшан – Половина участников ведут учет расходов, свои записи зачастую хранят дома. Участниками этой группы было предложено изменить форму плана расходов на 14 дней – в каждой строке учитывать расходы за три дня.

Город Гиссар – все участники ведут записи своих расходов в тетрадях, у одного участника записи хранятся в электронном виде.

Участники от 30 -50 лет

г. Худжанд – у всех участников есть тетради и блокноты для ведения расходов. У двоих участников по три тетради – на приход, расход и отдельно для планов. В основном тетради хранятся дома, в шкафу или на полке, некоторые берут всегда с собой. Почти все участники думают, что план нужно распределить на месяц, с расчетом планирования месячных расходов. Участники предложили добавить в план колонки с названиями групп расходов. На вопрос о том насколько полезно вести подобную форму участники ответили, что если из месяца в месяц не анализировать и не стараться оптимизировать свои расходы, основываясь на эти записи, то тогда данная форма не будет иметь пользы. Участники советуются при ведении расходов с членами семьи; с супругами, с детьми, с родителями, так, как и они приносят доход в семью.

Участники от 50 лет

Все участники в этой категории, ведут учет своих затрат. Предложенная форма расходов была оценена участниками положительно. Было предложено добавить в форму группу по расходам. Участники уверены, что, если будут вести учет и план своих расходов подобным образом, тогда можно будет быстрее погасить кредит.

3.1.3. Оценка материала «Кошелек»

Использование кейса по распределению доходов в приведенном кошелке, позволило респондентов задуматься о том, как они ведут учет и распределение своих денег в реальной жизни.

По поводу распределения своих денег на виды затрат участники фокус групп сказали разные мнения.

Большинство респондентов не делят свой доход преднамеренно на виды расходов, единственно откладывают деньги за кредит отдельно. Но также присутствовали категории респондентов, которые всегда делят свои средства на типы затрат и планируют намеренно свои расходы. По этому вопросу была взаимосвязь с регионом, возрастом и родом деятельности участника. Чем старше участник, тем более они вели разделение расходов по направлениям.

Участники ФГД по Согдийской области больше практикуют ведение затрат по категориям, участники сказали, что они обычно делят свои расходы по конвертам, вследствие чего могут наблюдать по какому направлению больше делается расходов или перерасходов. В других регионах в основном деление расходов не делается.

Респонденты давали оценку вида и дизайна кошелька, ответы сгруппированы по возрастным категориям:

Участники от 18 -30 лет

У девушек были возражения по цвету кошелька, они считают его неженственным. Почти все участники заявили, что не стали бы носить такой кошелек с собой, скорее хранили бы его дома. Все участники группы заявили, что распределить деньги по разделам не является сложным для них, и при распределении, они прибегают к совету своих близких – супругов или родителей.

Участники Вахшского района предложили улучшить его дизайн, чтобы он был более мобильным, прикрепить к нему ремешок для пояса и сделать его немного широким по длине. Участники Истаравшанского ФГД предложили добавить молнии к кармашкам, а также добавить карманы для банковских карточек.

Участники от 30 -50 лет

Дизайн кошелька многим не понравился – он считают, что в нем можно хранить мало денег, не имеет молнии, деньги сгибаются, и он не рассчитан на хранение банковских карточек. Участники ответили, что использование такого кошелька никак не может влиять на планирование погашения кредита. Участникам удобнее хранить свои средства в отдельных конвертах, в сейфах. Обычно участники хранят свои деньги дома.

Женщины сказали, что было бы хорошо иметь широкий кошелек, чтобы телефон тоже мог туда помешаться.

Участники от 50 лет

Многие участники делят подобным образом деньги на свои затраты. Обычно кошелек хранят дома. Некоторые участники несут с собой. Участники думают, что для ежедневного использования данный кошелек является неудобным. Он слишком большой, и цвет неподходящий. Участники говорят, что общие деньги лучше хранить в сейфе либо дома в укромном месте.

3.1.4. Оценка СМС-напоминаний

Схема погашения кредита во всех финансовых учреждениях составляет распределение объема кредита на месячные выплаты. Кредиторы должны строго соблюдать график погашения кредита на месячной основе.

С участниками фокус групп было проведено обсуждение на вопрос хотели бы они изменить график погашения кредитов в сторону увеличения или уменьшения.

Мнения участников на этот счет распределилась в зависимости от рода деятельности респондента. Наемные работники частных и государственных организаций, которые получают заработную плату раз в месяц сказали, что для них ежемесячные выплаты по кредитам являются оптимальными. Каждый месяц с заработной платы они могут выделить необходимую часть для погашения ссуды в банке.

По мнению индивидуальных предпринимателей, ежемесячный график погашений является для них слишком жестким, так как доходы они получают на дневной основе, либо их доход зависит от степени оборачиваемости их бизнеса. Многим из участников, которые являлись торговцами больше бы оптимальным делать взносы каждую неделю или каждые две недели. Но с условием, что, если даты внесения оплаты не являлись бы жесткими, так как их доход непредсказуемый.

По поводу получения смс – оповещений о сроке погашения кредита, для большинства участников понравилась такая идея. Многие участники хотели бы получить напоминания, так как иногда могут забывать о сроках погашения кредита.

Были и другие участники, которые думают, что получение смс- оповещений является лишним, так как они никогда не забывали о дне погашения кредита. Подобные участники составляют старшие возрастные категории от 50 лет. Этими участниками было высказана мысль о том, что лучше будет всегда отправлять напоминания только тем кредиторам, которые имели случаи просрочки кредита.

Абсолютно все участники не согласны с идеей о получении смс- оповещения о сроке кредита, другими членами их семьи, либо друзьями. Объяснили это тем, что это вызывает дискомфортное ощущение, а также носит в себе негативное психическое влияние по отношению к погашению кредитов.

3.1.5. Оценка бонусной системы

Предложение по вознаграждениям в случаях соблюдения сроков погашения была положительно оценена всеми участниками.

Некоторые участники заявили, что не верят подобным действиям со стороны наших банков. Им было достаточно получить хорошее обслуживание со стороны банка, в котором они обслуживаются.

Участники выдвинули следующие виды бонусов по кредиту, в случае если будет внедрена подобная система;

- Фиксированная сумма по окончанию кредита – больше всего респондентов высказали это мнение
- Сумма после каждого успешного погашения кредита
- Поздравительные смс-по случаям дни рождений, праздников
- Сувениры различного рода
- Сокращение процентных ставок по кредиту
- Дни для отсрочки кредита – если в этом месяце погасил в срок, то в следующем имеешь право на 2-3 дня позже погашать кредит

Все участники хотели бы получить смс- оповещения по случаю бонуса индивидуально, без оповещения их родственников и друзей.

4.2. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПРОДУКТА «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ КРУГ»

4.2.1. Отношение и практика сбережений

В ходе обсуждения про сбережения участники фокус-групп назвали следующие виды сбережений, которые они считают правильными:

- Сберегательный счет в банке
- Покупка недвижимости – земля, квартира, дом
- Покупка золота
- Скот

Большинство участников ФГД склоняются ко мнению, что деньги нужно хранить в дома, а не в банке. Причины, по которым сбережения предпочитают делать дома, это недоверие к банкам, основанное на негативном опыте их друзей и знакомых. Были приведены примеры того как из-за банкротства банков, люди не могут обратно взять свои депозиты. Вторая причина – это непривлекательные процентные ставки на депозит. Третья причина, которая сдерживает участников от депозитов – это бюрократические схемы, связанные со сбором документов – это справки с места жительства и прочее.

Анализируя практику сбережений среди самих участников, как и в случае потребления доходов, больше всего склонность к сбережениям проявили участники ФГД по Согду.

Участники других ФГД реже всего делали сбережения в силу нехватки денежных средств.

г. Худжанд –. Участники назвали такие виды сбережений как золото, вклад в банке, или дома и скот. Основными целями сбережений были названы образование детей, и вклады для их будущего. Способ хранения большинство назвали дом.

г. Душанбе – все участники сказали, что они ведут практику сбережений. Самые распространены виды сбережений, которые были названы участниками – это банковский

вклад, некоторые участники заявили, что предпочитают хранить деньги дома, так как не доверяют банкам.

Район Вахш – Никто из участников не делает сбережений, в силу недостаточности доходов на жизнь.

Район Истаравшан – все делают сбережения, кроме одного участника. Считают, что сбережения нужно хранить в банках, либо в виде золота и денег дома. Половина участников делают сбережения в виде денежных вкладов, в банках.

Основные цели сбережений респондентов это –вклад в образование детей, покупка квартиры, машины, на свадьбу детей, и наконец откладывание на «черный день».

Среди лиц, сбережения которых прервалось и цель не было достигнута, основные причины являлись непредвиденные ситуации, связанные со здоровьем их родни, или же непредвиденные покупки.

Участниками были названы их мечты, на которые они хотели бы отложить денег. В основном участники мечтают о том, чтобы купить недвижимость, женить своих детей, открыть бизнес. На вопрос сколько бы вам потребовалось для того, чтобы начать сберегать ответило очень мало человек. В зависимости от мечты сумма варьировалась в пределах от 1000 сомони до 12 000 сомони.

Многие участники затруднились ответить, как можно достичь свою мечту, и начать сберегать.

4.2.2. Оценка финансового продукта «Сберегательный круг»

г. Худжанд - Идея создания сберегательного круга была поддержана всеми участниками, только участники сказали, что они хотели бы создать круг с членами своей семьи. Вознаграждение интересно было бы получить в виде денег по окончании вклада.

г. Душанбе –Идея сберегательного круга участникам не понравилась, по их мнению, этот способ не является эффективным и не будет мотивировать на внесение вклада в сберегательный круг.

Район Вахш – Большинству участникам понравилась идея составления круга сбережений. Они предпочли бы создать такой круг с членами своей семьи.

Сберегательный круг участникам из *Канибадама* не понравился совсем, у них нет доверия к тому, что можно собирать деньги в кругу, считают, что лучше делать индивидуальные сбережения.

4.2.3. Оценка материала «Календарь сбережений на 6 месяцев»

г. Худжанд - календарь сбережений участниками был оценен положительно. Никто из участников ранее не встречался с подобным и не записывал свои цели для сбережений.

г. Душанбе – Участники высказали мнение, что данный календарь может быть очень полезной вещью, если ее реально использовать в повседневной жизни. Участники предпочли бы вести такой календарь дома со своей семьей.

Район Вахш – один из участников ранее видел подобный календарь. Идея применения календаря понравилась участникам.

Истаравшан – у всех участников есть те или иные цели, которые требуют капитальных вложений. Участники заявили, что для того, чтобы достигать своих целей, они чаще всего экономят на еду и транспорт.

Канибадам- участники не разу не пользовались календарем, вид и дизайн календаря им понравился. Думают, что в жизни полезно использовать такой календарь с семей для улучшения визуализации своих целей

4.2.4. Оценка СМС-напоминаний

Смс –оповещения участники хотели бы получить раз в месяц. Они отметили, что им удобнее получать оповещения индивидуально, так как в случаи если смс- оповещение получит еще кто-то, это будет дополнительно психологической нагрузкой.

ВЫВОДЫ

Как известно, экономическое благополучие каждой страны очень сильно взаимосвязано от отношения его населения к потреблению и сбережению, которые являются основными факторами движения экономических систем. Правильно принятые решения домохозяйств по части сбережений и потреблений, формируют поведение рынков, фирм и всего государства. Поэтому чрезвычайно важным вопросом национального уровня является финансовая грамотность населения.

Степень финансовой грамотности населения прежде всего оценивается базовым поведением при распределении и планировании затрат, нахождение путей привлечения доходов, правильное взаимоотношение с кредитными организациями, а также практика сбережений.

В ходе дискуссий на фокус группах были анализированы два важнейших компонента финансовой грамотности населения: 1) потребление и 2) сбережение.

Необходимо заключить, что большинство участников не ведут учет своих расходов на периодичной основе. Степень ведения учета расходов по результатам ФГД, более высок в Согдийской области и относительно низок в Душанбинской и Кургантюбинской зоне. Только выделились участники, которые были представителями бизнеса, они в основном вели записи своих расходов и доходов, вне зависимости от областей проживания.

Относительно сбережений, ситуация выглядит получше – многие из участников ответили утвердительно, что они стремятся откладывать лишние деньги на будущие расходы. Основная причина, по которой респонденты не склонны делать сбережения, это превышения доли их затрат над доходом, по причине которой они все являются кредиторами в финансовых институтах.

сентябрь 2016

Настоящий отчет может быть получен
в бумажной или электронной форме по
следующему адресу:

Таджикистан, 734024, г. Душанбе
улица Айни 48, Бизнес Центр "Созидание", 3 этаж
Тел.: + 992 48 701 1470/71
Факс: + 992 48 701 14 69
www.ifc.org

В партнерстве с:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation



WORLD BANK GROUP

IFC International
Finance Corporation