**ВНИМАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ:Россияне активно переходят на дистанционное взаимодействие с финансовыми организациями**

В 2018 году более половины взрослого населения России (55,2%) пользовалось дистанционным доступом к банковским счетам, а в 2017 году доля таких граждан составляла 45,1%. Банк России провел очередной [замер](http://www.cbr.ru/finmarket/development/development_affor/" \l "a_79893file)индикаторов финансовой доступности, отметив устойчивый рост использования населением дистанционных каналов доступа к финансовым услугам и безналичным расчетам.

Регулятор проводит подобные замеры с 2015 года и ежегодно отмечает важную роль в повышении финансовой доступности в России развития дистанционных каналов доступа к финансовым услугам, а также увеличения скорости доступа к ним.

О готовности начать регулярно пользоваться дистанционным доступом к финансовым услугам (при наличии такой возможности), как и в ходе прошлого замера, сообщили 42,8% взрослого населения из числа тех респондентов, которые не используют дистанционное обслуживание постоянно. При этом с 35,9 до 54,7% увеличилась доля населения, имеющего возможность мгновенно (в течение 15 минут) совершить перевод денежных средств с помощью мобильного телефона или с использованием спутниковой связи. На 8,2 п.п. (до 55,6%) выросла доля безналичных платежей (в том числе с использованием платежных карт) за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению. Количество действующих банков, оказывающих услуги по открытию второго и последующих счетов без явки клиента в офис, увеличилось за 2018 год с 78 до 105.

При этом в 2018 году отмечено сокращение количества подразделений действующих кредитных организаций – с 35 494 до 31 752 единиц. И если в предыдущие годы снижение данного показателя происходило из года в год все меньшими темпами (11,9% в 2015 году, 8,7% в 2016 году и 3,4% в 2017 году), то в 2018 году темп снижения усилился и составил 10,5%. Тенденция к сокращению традиционных форматов банковских подразделений соответствует общемировой практике и связана в первую очередь с развитием современных дистанционных способов обслуживания клиентов. Данная практика в полной мере оправдывает себя в городах и крупных населенных пунктах. Однако в сельской местности, на отдаленных, малонаселенных и труднодоступных территориях с недостаточно развитой информационно-коммуникационной инфраструктурой такой подход не обеспечивает необходимый уровень доступности финансовых услуг, в связи с чем в 2018 году отдельные крупные кредитные организации, сокращая свое присутствие в российских городах, не закрывали подразделения в сельских населенных пунктах.

Помимо этого, банки использовали новый формат, отличающийся от традиционных филиалов и внутренних структурных подразделений. Согласно результатам впервые проведенного Банком России специального сплошного обследования кредитных организаций, всего в России на 31 декабря 2018 года насчитывалось более 27 тыс. удаленных точек обслуживания с работниками кредитных организаций и более 196 тыс. удаленных точек обслуживания с их агентами (без учета касс банковских платежных агентов). Также по состоянию на конец 2018 года отдельные банковские операции по совершению переводов, снятию и внесению наличных были возможны более чем в 30 тыс. отделений почтовой связи (темп прироста за год – 103,9%), что составляло примерно 75% всех действующих почтовых отделений. В 15 тыс. отделений при этом также возможен прием документов на открытие счета (темп прироста за год – 47,6%).

При анализе качества обслуживания в финансовых организациях в исследовании отмечается рост на 8,2 п.п. (с 65,0 до 73,2%) доли взрослого населения, считающего, что при оформлении кредита/займа за последние 12 месяцев им была предоставлена достоверная, понятная и достаточная информация о продукте. За год на 1,3 п.п. (с 26,8 до 28,1%) увеличилась доля взрослого населения, имеющего активные кредиты/займы в кредитных или некредитных финансовых организациях (НФО), при темпе прироста задолженности по основному долгу в указанных типах организаций 22,5% (с 12 342 млрд до 15 114 млрд рублей). При этом на 10,5% (с 849 млрд до 760 млрд рублей) снизилась просроченная задолженность физических лиц перед кредитными организациями.

В 2018 году доля субъектов МСП, имеющих активные кредиты/займы в кредитных или некредитных финансовых организациях, по сравнению с 2017 годом выросла на 7 п.п. (с 18,4 до 25,4%) при темпе прироста объема кредитов/займов равном 11,4% (с 6151 млрд до 6855 млрд рублей) и задолженности по основному долгу 1,1% (с 4209 млрд до 4257 млрд рублей).

Размер задолженности МСП по банковским кредитам впервые с 2014 года показал рост по итогам года, а объем выданных в 2018 году кредитов стал максимальным с 2015 года. Поддержку рынку оказало существенное снижение процентных ставок по кредитам МСП в 2018 году: средневзвешенные ставки по кредитам МСП на срок до 1 года снизились на 1,32 п.п. (с 12,46% в январе 2018 года до 11,14% в январе 2019 года), а ставки свыше 1 года – на 0,49 п.п. (с 11,28 до 10,79% соответственно). В свою очередь, просроченная задолженность субъектов МСП перед банками снизилась на 16,2% (с 622,7 млрд до 521,8 млрд рублей).

http://souz-potrebiteley.ru/main/news/

**ВНИМАНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ:Потребительские ожидания в России в III квартале 2019 года**

Росстат представляет итоги выборочного обследования потребительских ожиданий населения за III квартал 2019 года.

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
| Индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, в III квартале 2019 г. по сравнению со II кварталом 2019 г. возрос на 2 процентных пункта и составил (-13%). | |
|  | |
| Индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в России на краткосрочную перспективу повысился с (-10%) во II квартале 2019 года до (-9%) в III квартале 2019 года. | |
| Доля респондентов, положительно оценивающих  изменения в экономике России в течение следующих 12-ти месяцев, в III квартале 2019 г. по сравнению со II кварталом 2019 г. увеличилась на 1 процентный пункт и составила 16% (во II квартале 2019 г. – 15%). Доля негативных оценок уменьшилась до 28% (во II квартале 2019 г. – 29%). Доля респондентов, считающих, что экономическая ситуация в России останется прежней, возросла до 54% (во II квартале 2019 г. – 52%). | |
| Индекс произошедших изменений в экономике Россииувеличился на 3 процентных пункта и составил (-16%) против (-19%) во II квартале 2019 года. | |
| Доля респондентов, положительно оценивающих произошедшие изменения в экономической ситуации, по сравнению со II кварталом 2019 г. не изменилась и составила 12%. Доля отрицательных оценок снизилась до 39%  против 42% во II квартале 2019 года. Доля нейтральных оценок увеличилась до 49% (во II квартале  2019 г. – 46%). | |
| **Индекс ожидаемых изменений в личном материальном положении** в III квартале 2019 г. возрос на 1 процентный пункт и составил (-5%) против (-6%) во II квартале 2019 года. | |
| Доля респондентов, ожидающих ухудшения своего материального положения в течение следующих 12-ти месяцев, по сравнению со II кварталом 2019 г. снизилась до 18% против 19% во II квартале 2019 года. Доля нейтральных оценок возросла до 68% (во II квартале 2019 г. – 67%). | |
| **Индекс произошедших изменений в личном материальном положении** возрос на 2 процентных пункта и составил (-10%) против (-12%) во II квартале 2019 года. | |
| Доля респондентов, положительно оценивающих изменения в своем материальном положении в течение года, в III квартале 2019 г. по сравнению со II кварталом 2019 г. уменьшилась на 1 процентный пункт и составила 10%. Доля отрицательных оценок уменьшилась до 27% (во II квартале 2019 г. – 32%). Доля нейтральных оценок возросла до62% (во II квартале 2019 г. – 56%). | |
|  | |
| **Индекс благоприятности условий для крупных покупок** повысился на 1 процентный пункт и составил (-25%) против (-26%) во II квартале 2019 года. **Индекс благоприятности условий для сбережений** возрос на 1 процентный пункт и составил (-35%) против (-36%) во II квартале 2019 года. | |
|  | |
|  | |
|  | |
| Индекс потребительской уверенности по возрастным группам | |
| в процентах | |
|  | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | *II квартал  2019 г.* | *III квартал  2019 г.* | *III квартал 2019 г. ко  II кварталу 2019 г. (+,-)* | | Молодое поколение   (в возрасте от 16 до 29 лет) | -10 | -7 | +3 | | Лица среднего  возраста   (от 30 до 49 лет) | -15 | -12 | +3 | | Лица старшего возраста    (50 лет и более) | -16 | -15 | +1 | | |
| Индекс ожидаемых изменений экономической ситуации в России | |
|  | |
| в процентах | |
|  | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | *II квартал  2019 г.* | *III квартал  2019 г.* | *III квартал 2019 г. ко  II кварталу 2019 г. (+,-)* | | Молодое поколение   (в возрасте от 16 до 29 лет) | -8 | -3 | +5 | | Лица среднего  возраста   (от 30 до 49 лет) | -10 | -10 | 0 | | Лица старшего возраста    (50 лет и более) | -10 | -10 | 0 | | |
| Индекс потребительской уверенности в России и странах ЕС1) | |
|  | |
| |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  | *Май 2019 г.* | *Август 2019 г.* |  | *Май 2019 г.* | *Август 2019 г.* | | **Россия** | **-14,6** | **-12,9** |  |  |  | | Австрия | 0,0 | -2,0 | Люксембург | 0,3 | -0,3 | | Бельгия | -8,4 | -11,4 | Мальта | 6,6 | 6,5 | | Болгария | -25,5 | -27,4 | Нидерланды | -7,8 | -7,8 | | Великобритания | -8,3 | -11,4 | Польша | 2,6 | 5,5 | | Венгрия | -5,0 | -2,1 | Португалия | -9,7 | -8,3 | | Германия | -1,4 | -3,9 | Румыния | -9,9 | -10,2 | | Греция | -29,5 | -8,2 | Словакия | -8,6 | -8,7 | | Дания | 6,0 | 5,1 | Словения | -7,9 | -9,0 | | Ирландия | 3,2 | -6,4 | Финляндия | -2,7 | -4,8 | | Испания | -3,7 | -6,2 | Франция | -9,5 | -7,7 | | Италия | -12,1 | -12,9 | Хорватия | -2,4 | -4,5 | | Кипр | -8,8 | -7,4 | Чехия | 0,1 | 2,0 | | Латвия | -3,6 | -3,6 | Швеция | -2,0 | -1,2 | | Литва | 6,3 | 7,1 | Эстония | 1,2 | 2,9 | | *1) Источник информации: электронная база данных Евростата (по всем странам, кроме России).* | | | | | | |
| МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ КОММЕНТАРИЙ | |
|  | |
| Регулярные опросы потребительского поведения населения в России проводятся Росстатом с 1998 г. ежеквартально (в феврале, мае, августе и ноябре). С 2015 г. в опросе принимают участие 5,1 тыс. человек в возрасте 16 лет и старше, проживающих в частных домохозяйствах, во всех субъектах Российской Федерации. | | |
| **Анкета обследования** включает вопросы о субъективном мнении респондента об общей экономической ситуации и личном материальном положении, о ситуации на рынках товаров (услуг) и сбережений. Ответы респондентов распределяются по следующим вариантам: | | |
| – определенно положительные или определенно отрицательные (очень хорошее, очень благоприятное/очень плохое, совсем неблагоприятное); | | |
| – скорее положительные или скорее отрицательные (хорошее, скорее благоприятное/плохое, скорее неблагоприятное); | | |
| – нейтральные (среднее, «плюсов» и «минусов» одинаково). | | |
| Согласно методике Европейской Комиссии, рассчитываются значения частных индексов и обобщающего индекса потребительской уверенности населения. | | |
| Частные индексы  рассчитываются на основе сведения баланса оценок респондентов (в процентах) по соответствующему вопросу анкеты. | | |
| **Баланс оценок** представляет собой разность между суммой долей (в процентах) определенно положительных и ½ скорее положительных ответов и суммой долей (в процентах) определенно отрицательных и ½ скорее отрицательных ответов. Нейтральные ответы не принимаются во внимание. | | |
| Обобщающий (композитный) индекс – **индекс потребительской уверенности** - рассчитывается как среднее арифметическое значение пяти частных индексов: произошедших и ожидаемых изменений личного материального положения (1 – 2), произошедших и ожидаемых изменений экономической ситуации в России (3 – 4), благоприятности условий для крупных покупок (5). | | |
| Полученная в результате обследования потребительских ожиданий населения информация может быть использована, наряду с количественными статистическими данными, для анализа поведенческой модели населения на потребительском рынке, а также при оценке влияния потребительской активности на состояние экономики в целом.  http://souz-potrebiteley.ru/main/news/ | | |