



MarketUp
Consulting Group

SAUCE
STRATEGY

24 мая 2007

Столичный «средний класс» не доверяет ПИФам

Консалтинговая группа MarketUp и рекламное агентство Sauce Strategy (группа «Сорек») завершили пилотное исследование потребительских предпочтений москвичей, принадлежащих к «среднему классу», с уровнем дохода от 1,5 тыс. долларов на члена семьи в месяц. В ходе исследования было опрошено 300 человек, были выяснены предпочтения респондентов относительно потребления банковских и страховых услуг, а также ПИФов.

Согласно результатам исследования, жители столицы, принадлежащие к «среднему классу», чаще всего пользуются зарплатными картами — об этом заявили более 70% опрошенных. Более 50% опрошенных имеют пластиковые карты международных платежных систем. Около 25% разместили свои денежные средства в депозиты банков. Ипотечкой воспользовались 15%, услугой перевода денег за рубеж — примерно 12%. Услугами автокредитования и пенсионными счетами пользуются около 10% опрошенных. Наименее популярны среди респондентов краткосрочные (до 1 года) депозиты, кредиты на товары длительного срока пользования, аренда депозитных ячеек — этими услугами воспользовались менее 10%.

ПИФы пока не вызывают особого доверия у столичного «среднего класса». На вопрос о причинах отказа от вложений в ПИФы более 35% респондентов ответили «Не люблю рисковать, в ПИФах риск выше, чем в банках», а более 30% просто ответили, что не доверяют ПИФам.

В сфере страховых услуг наиболее востребованы автострахование, добровольное медстрахование, а также страхование имущества — около 80, 70 и 50% соответственно. Более 35% респондентов предпочитают услуги российских страховых компаний. Около 26% респондентов потратили на страховые услуги более 60 тыс. рублей в течение последнего года.

Источник: Banki.ru