



БИБЛИОТЕКА
ЦЕНТРА
ИССЛЕДОВАНИЙ
ПЛАТЕЖНЫХ
СИСТЕМ
И РАСЧЕТОВ

Повышение финансовой грамотности населения: международный ОПЫТ и российская практика

УДК ???
ББК ???
???

Книга опубликована при поддержке Visa

??? Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика. Сборник материалов / А.В. Зеленцова, Е.А. Блискавка, Д.Н. Демидов. — М., 2011. — 108 с.

ISBN 978-5-406-01583-4

Сборник посвящен вопросам повышения финансовой грамотности населения в мире и в России. Приводятся результаты исследований уровня финансовой грамотности населения и анализ сложившейся ситуации в этой сфере. Дано краткое описание международного опыта, а также рекомендаций ОЭСР по организации программ финансовой грамотности населения, приведены примеры из российской практики. Отдельное внимание уделено роли защиты прав потребителей финансовых услуг.

Будет интересен работникам государственных структур, региональных и муниципальных администраций, формирующих и реализующих мероприятия по повышению финансовой грамотности, разработчикам образовательных и информационных программ и проектов в этой области, представителям образовательных институтов, общественных организаций и финансовых компаний, а также всем, кто интересуется вопросами повышения финансовой грамотности населения.

УДК ????
ББК ????

Зеленцова Анна Владимировна
Блискавка Евгения Александровна
Демидов Дмитрий Николаевич

Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика

Сертификат соответствия

№ РОСС RU. АЕ51. Н 15407 от 31.05.2011 г.

Изд. № 3834. Подписано в печать 26.04.2011. Формат 60×90/16.

Гарнитура «News Gothic Lt BT». Печать офсетная.

Усл. печ. л. ??,0. Уч.-изд. л. ??,0. Тираж 1000 экз. Заказ №

ООО «Центр Исследований Платежных Систем и Расчетов»

E-mail: info@paysyscenter.ru <http://www.paysyscenter.ru>

ООО «КноРус».

129085, Москва, проспект Мира, 105, стр. 1.

Тел.: (495) 741-46-28.

E-mail: office@knorus.ru <http://www.knorus.ru>

Отпечатано в

© Зеленцова А.В., Блискавка Е.А., Демидов Д.Н., 2011

© ООО «ЦИПСИР», 2011

© ООО «КноРус», 2011

ISBN 978-5-406-01583-4



Оглавление

Предисловие	6
Финансовая грамотность: определение, актуальность и роль в развитии экономики и повышении благосостояния граждан	
1.1. Что такое финансовая грамотность	10
1.2. Роль финансового образования в развитии экономики и повышении благосостояния населения	13
1.3. Жизненный цикл человека и финансовая грамотность	17
1.4. Защита прав потребителей в финансовой сфере и финансовое образование	21
1.5. Роль государства: международный опыт	24
1.6. Исследование уровня финансовой грамотности в России	30
1.6.1. Основные критерии исследования уровня финансовой грамотности	30
1.6.2. Потребность в финансовом образовании и дополнительной информации	34
Международный опыт в области повышения финансовой грамотности населения	
2.1. Обзор международного опыта реализации программ финансового образования и финансовой грамотности	38
2.2. Участие бизнеса в повышении финансовой грамотности населения	43
2.3. Примеры программ финансовой грамотности для школьников	50
2.4. Программы для низкодоходных групп взрослого населения.	55
2.4.1. Проект «Финансовое образование для малоимущих»: от бедности — к процветанию	55
2.4.2. Финансовое образование для населения с низкими доходами в Польше	56



2.5. Программы финансовой грамотности на рабочем месте	58
2.6. Программа дистанционного образования.	59
2.7. Национальные программы повышения финансовой грамотности: пример Польши и Казахстана	61
2.7.1. Финансовое образование в Польше: Обзор	61
2.7.2. Программа повышения инвестиционной культуры и финансовой грамотности населения в Казахстане: Обзор	67
2.8. Рекомендации ОЭСР по повышению уровня финансовой грамотности.	70

Российская практика повышения финансовой грамотности населения

3.1. Обзор ситуации в области повышения финансовой грамотности и защиты прав потребителей финансовых услуг в России	74
3.2. Программы финансовой грамотности для детей и молодежи	78
3.2.1. Программа по финансовой грамотности МОО «Достижения Молодых»	79
3.2.2. Финансовая грамотность для детей-сирот	81
3.2.3. Профильный лагерь «Молодежная республика: основы финансового просвещения»	83
3.2.4. Проект по финансовой грамотности Российской экономической школы	84
3.3. Открытая образовательная программа «Неделя финансового просвещения»	85
3.4. Просвещение взрослых в области управления личными финансами: Институт финансового планирования	86
3.5. Финансовая грамотность для малоимущих слоев населения — проект «Планируй свое будущее»	88
3.6. Повышение финансовой грамотности для начинающих предпринимателей и самозанятого населения.	89
3.7. Программы подготовки специалистов по финансовой грамотности (Train-the-Trainer)	91
3.7.1. Проведение тренингов для тренеров «Финансовое образование в России» (2007—2010 гг.)	91
3.7.2. Обучение сотрудников администрации и работников социальных служб (2010—2011 гг.).	92
3.8. Примеры региональных программ повышения финансовой грамотности	93
Волгоградская область	93

3.9. Защита прав потребителей в финансовой сфере	96
3.9.1. Деятельность Роспотребнадзора в области защиты прав потребителей финансовых услуг	97
3.9.2. Межрегиональная общественная организация потребителей «Союз потребителей финансовых услуг»	100
3.10. Информирование населения через каналы СМИ по тематике финансовой грамотности	100
Литература	105



Предисловие

Финансовый аспект затрагивает практически все сферы жизнедеятельности современного человека. Финансовая грамотность дает возможность управлять своим финансовым благополучием. Отсутствие элементарных финансовых знаний и навыков ограничивает возможности граждан по принятию правильных решений для обеспечения своего финансового благополучия.

На микроуровне экономические последствия и угрозы низкой финансовой грамотности населения выражаются в росте числа финансовых злоупотреблений, в накоплении населением избыточной кредитной задолженности, неэффективном распределении личных сбережений.

На макроэкономическом уровне низкая финансовая грамотность сдерживает развитие финансовых рынков, подрывает доверие к финансовым институтам и государственной политике по их регулированию, обуславливает дополнительную нагрузку на бюджеты всех уровней, приводит к снижению темпов экономического роста.

Непросвещенность и недоверие граждан к финансовым рынкам, непонимание контрактных отношений, базовых основ финансов также сдерживают развитие предпринимательской деятельности и малого бизнеса: люди не знают, как начать свое дело, оформить бизнес-проект. Устойчивое развитие экономики Российской Федерации зависит не только от внедрения более эффективных производственных и финансовых технологий, но и от того, насколько население способно их использовать.

Развитие современной рыночной экономики предполагает широкое участие населения в долгосрочных накопительных пенсионных, страховых и ипотечных схемах, помогающих решить вопросы пенсионного накопления, социального и медицинского страхования, образования и жилья. Расширение и рациональное использование сбережений, характерное для среднего класса, обеспечивает более высокий уровень экономической и социальной стабильности и одновременно создает основы устойчивости финансовой системы и макроэкономической сбалансированности¹.

¹ Из Концепции проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности и развитию финансового образования», 2010.

Активное сберегательное поведение населения, использование накопительных и страховых инструментов предполагает достаточно высокий уровень финансовой грамотности, который позволяет гражданам активно взаимодействовать с финансовыми институтами, широко использовать продукты банковского и страхового сектора, системы пенсионного страхования.

Финансовая грамотность помогает домохозяйствам укрепляющегося среднего класса эффективно планировать и использовать личный бюджет, принимать решения в области личных финансов исходя из своих долгосрочных интересов, избегать излишней личной задолженности, ориентироваться в сложных услугах и продуктах, предлагаемых финансовыми институтами, распознавать угрозы и снижать риски мошенничества со стороны потенциально недобросовестных участников рынка. В России развитие финансовой грамотности является важным направлением укрепления среднего класса, сберегательного поведения населения как основы макроэкономической стабильности и развития современного финансового сектора.

В долгосрочном плане место финансовой грамотности населения определяется возросшим значением индивидуальных финансовых решений в обеспечении личного благосостояния на всех этапах жизненного цикла — при получении образования, создании семьи, рождении детей, обеспечении домохозяйства жильем, смене сферы деятельности и окончании трудовой деятельности, выходе на пенсию и т.п.

Повышение роли личной ответственности за собственные финансовые решения происходит в последние десятилетия на фоне расширения потребительского сектора финансового рынка, роста разнообразия и сложности финансовых продуктов, общего роста доходов и сбережений населения, что делает проблему повышения финансовой грамотности еще более актуальной.

Недостаточная финансовая грамотность в настоящее время является препятствием для развития отдельных финансовых инструментов и сегментов финансового рынка. Повышение ее уровня в России будет способствовать ускорению процесса осуществления пенсионной реформы, реформы банковского и страхового секторов, в частности, росту спроса на услуги добровольных пенсионных накоплений и страхования.

Рост финансовой грамотности населения позволит более активно развиваться сектору безналичных финансовых транзакций, поддержит тенденцию к снижению наличного денежного оборота, что также будет вести к увеличению собираемости налогов, прозрачности и подконтрольности финансового сектора.

Повышение финансовой грамотности способствует росту качества финансовых услуг, позволяет расширить возможности граждан более эффективно использовать финансовые услуги. Данный процесс сокращает уязвимость перед финансовыми кризисами, а также ведет к постепенному снижению рисков излишней личной задолженности граждан по потребительским кредитам, уменьшению рисков мошенничества



со стороны недобросовестных участников рынка, являясь важным фактором защиты потребителей финансовых услуг.

Финансово грамотное население в целом лучше подготовлено к кризисным ситуациям и может лучше защитить себя, лучше ориентироваться в условиях мирового финансового кризиса: разбираться с налоговыми декларациями, выбирать себе пенсионные планы, сберегать свои накопления, правильно принимать инвестиционные и иные финансовые решения и не поддаваться панике.

В условиях финансово-экономического кризиса более явно обозначилась необходимость государственного воздействия на такие долгосрочные проблемы, как:

- необоснованно завышенные ожидания населения относительно государственной финансовой поддержки в случаях финансовых потерь;
- низкая способность граждан к обеспечению личного (семейного) устойчивого финансового здоровья на основе индивидуальных финансовых решений;
- слабое знание базовых принципов и инструментов финансового рынка.

Сложившаяся ситуация свидетельствует о необходимости системной политики, направленной на повышение финансовой грамотности населения, развитие системы финансового образования и укрепления защиты прав потребителей финансовых услуг, увеличение доступности финансовых услуг для граждан, преодоление дефицита «длинных денег» в экономике, расширение числа участников и рост «финансовой емкости» накопительной пенсионной системы. Первоочередной задачей становится также выработка национальной стратегии повышения финансовой грамотности населения. Реализация данной стратегии предполагает создание устойчивых институтов на федеральном и региональном уровне, вовлеченных в программы финансового образования и информирования населения, поддержку региональных инициатив по повышению финансовой грамотности, укрепление системы защиты потребителей финансовых услуг и построение системы оценки уровня финансовой грамотности и оценки эффективности мероприятий, направленных на ее увеличение.

Повышение финансовой грамотности является одним из основных направлений формирования инвестиционного ресурса, обозначенных в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года¹. В Бюджетном послании Президента РФ Федеральному Собранию Российской Федерации о бюджетной политике в 2008—2010 гг. отмечена важность развития пенсионной системы через стимулирование добровольных пенсионных накоплений граждан. Развитие ипотечного кредитования определено целью национального проекта «Доступное и комфортное жилье». Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года² рассматривает повышение финансовой грамотности насе-

¹ Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р.

² Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2008 г. № 2043-р.

ния в качестве важного фактора развития финансового рынка в России, повышения стабильности финансовой системы и повышения конкурентоспособности российской экономики. Концепция создания международного финансового центра в России¹ обозначает повышение финансовой грамотности населения в качестве важного фактора роста общей конкурентоспособности российской экономики и укрепления финансовой системы.



¹ Утверждена на заседании Правительства Российской Федерации от 5 февраля 2009 г. (протокол № 4). План мероприятий по реализации Концепции утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июля 2009 г. № 911-р.



Финансовая грамотность: актуальность и роль в развитии экономики и повышении благополучия граждан

1.1. Что такое финансовая грамотность

В международной практике принято представление о финансовой грамотности (ФГ) как о способности физических лиц управлять своими финансами и принимать эффективные краткосрочные и долгосрочные финансовые решения.

Повышение финансовой грамотности наряду с финансовым образованием и защитой прав потребителей финансовых услуг было признано Комиссией Европейского Союза и Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) актуальной задачей общественного развития.

Финансовое образование (ФО) определяется ОЭСР как «процесс, в результате которого индивиды улучшают свои знания о финансовых продуктах и концепциях и за счет информации, инструктажа и (или) объективных рекомендаций вырабатывают навыки и укрепляют доверие, чтобы понимать (финансовые) риски и иметь возможность делать информированный выбор, узнать о том, куда обращаться за помощью, а также уметь предпринимать другие эффективные действия, чтобы улучшать свое финансовое благополучие и обеспечить защиту своих интересов»¹.

Еврокомиссия так определила конечную цель ФО: «развить способность потребителя и собственника маленькой фирмы понимать суть финансового продукта и принимать квалифицированные, продуманные решения»².

Под финансовой грамотностью как результатом финансового образования понимают «совокупность двух элементов:

1) владение индивидами информацией о существующих финансовых продуктах и их производителях (продавцах), а также существующих каналах получения информации и консультационных услуг;

¹ Проект ОЭСР по вопросам финансового образования. <http://www.oecd.org/dataoecd/61/47/46238943.pdf>

² <http://www.buffett.ru/investments/?ID=4245>

2) способность потребителя финансовых услуг использовать имеющуюся информацию в процессе принятия решения: при осуществлении специальных расчетов, оценке риска, сопоставлении сравнительных преимуществ и недостатков той или иной финансовой услуги»¹.

В соответствии с определением Управления по регулированию и надзору в сфере финансовых услуг Великобритании (UK Financial Services Authority — FSA), финансовая грамотность (компетенция) предполагает способность людей жить по средствам, следить за состоянием своих финансов, планировать свои будущие доходы и расходы, особенно пенсию, правильно выбирать финансовые продукты и разбираться в финансовых вопросах.²

Финансово грамотное население:
ежемесячно ведет учет расходов и доходов семьи,
живет по средствам — без излишних долгов,
финансово планирует на перспективу (готовность к непредвиденным обстоятельствам и подготовка к пенсии),
приобретает финансовые продукты и услуги на основе выбора,
ориентируется в вопросах финансовой сферы.
(На основе определения UK Financial Services Authority — FSA)

Правительство США создало Комиссию по финансовой грамотности и образованию (Financial Literacy and Education Commission — FLEC) и специализированный интернет-ресурс³, а также Консультативный совет по финансовой грамотности при президенте США. В докладе Консультативного совета по финансовой грамотности ФГ определена как «умение эффективно использовать знания и навыки по управлению финансовыми ресурсами для достижения финансового благополучия»⁴. Отмечается, что ФГ должна рассматриваться как динамическое понятие, так как грамотность предполагает возможность «каждому человеку эффективно реагировать на постоянно меняющиеся личные и внешние экономические обстоятельства»⁵.

Луис Витт из Института социально-финансовых исследований определяет ФГ как «умение читать, анализировать, управлять и выделять те финансовые условия, которые влияют на материальное благополучие. Это включает в себя способность различать варианты финансовых решений, обсуждать денежные и финансовые вопросы без дискомфорта, строить планы на будущее и грамотно реагировать на события, которые

¹ Овчинников М. Обзор международной практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности. М., 2008.

² Financial Capability in the UK: Establishing a Baseline.

³ <http://www.mymoney.gov/>

⁴ http://www.treasury.gov/offices/domestic-finance/financial-institution/fin-education/docs/PACFL_ANNUAL_REPORT_1-16-09.pdf

⁵ National Standards in K — 12 Personal Finance Education / With Benchmarks, Knowledge Statements, and Glossary, 2007.



вливают на повседневную жизнь с финансовой точки зрения, в том числе события в мировой экономике»¹.

Финансовая грамотность (как формируемые в процессе обучения компетенции)² включает три взаимосвязанных элемента: установки, знания и навыки.

Первая часть — правильные **установки** — это базис финансовой грамотности. Речь идет о формировании культуры финансового поведения, которая начинается с планирования семейного бюджета, причем на длительную перспективу, и выработки стратегии реализации потребностей жизненного цикла.

Необходимые знания — принципы и схемы функционирования финансового рынка, понимание природы и функций финансовых институтов, инструментов, азы юридической и налоговой грамотности, понимание границ ответственности финансовых институтов перед клиентами и клиентов перед финансовыми институтами, владение минимальным финансовым словарем, включая понятия риска и доходности, дисконтирования, инфляции, понимание различий между наличными и безналичными платежами и т.п.

Необходимые навыки — умение читать договор и понимать содержащуюся в нем информацию, сравнивать между собой предложения различных компаний, умение подавать претензию или жалобу в том случае, если права нарушены, искать и находить информацию о финансовом рынке и т.п.

Проблематика ФГ охватывает широкий круг тем:

- осведомленность в вопросах банковских услуг и потребительского кредитования;
- управление личным бюджетом;
- управление финансовыми рисками (в том числе недопущение формирования избыточной задолженности и риска банкротства);
- вопросы страхования;
- понимание принципов инвестирования и соотношения между уровнем доходности и риска;
- знание прав потребителя и требований обязательного раскрытия информации;
- планирование пенсионного периода и финансового обеспечения основных событий жизненного цикла человека.

1.2. Роль финансового образования в развитии экономики и повышении благосостояния населения

Финансово образованные потребители способствуют эффективному функционированию усложняющихся финансовых рынков. Обладая более развитой способностью сопоставления рисков и доходности различных финансовых продуктов, предлагаемых

¹ Goodbye to Complacency / Financial Literacy Education in the U. S. 2000—2005.

² Компетенция — это способность применять знания, умения, успешно действовать на основе практического опыта при решении задач общего рода, также в определенной широкой области.

разными посредниками, финансово грамотные потребители способствуют развитию конкуренции. Кроме того, запрашивая продукты, более полно удовлетворяющие их потребности, они стимулируют поставщиков к разработке новых продуктов и услуг, к более активному внедрению инноваций и повышению качества продукции. Финансово образованные граждане более склонны к накоплению сбережений, что должно оказать положительное воздействие на инвестиции и экономический рост.

ФО также способствовать укреплению защиты прав потребителей. Финансово образованные потребители лучше подготовлены к тому, чтобы самим защищать свои интересы и сообщать органам власти о возможных неправомерных действиях финансовых посредников, что делает их менее уязвимыми в случае мошенничества и злоупотреблений. Они могут создавать меньшую нагрузку на государственные финансы либо за счет снижения бремени нормативного регулирования, либо за счет сокращения объема условных обязательств в случае потерь или банкротства. Более того, потребители с хорошим финансовым образованием могут смягчить резкие колебания на финансовых рынках, поскольку они менее склонны к проявлению преждевременной или слишком бурной реакции в случае изменения внешних факторов.

ФО может быть выгодно людям любого возраста и с любым уровнем дохода. Молодым людям оно может дать инструменты для планирования бюджета и накопления сбережений, чтобы они держали под контролем свои расходы и долги. ФО может способствовать укреплению финансовой дисциплины в семьях, стимулировать накопление средств на образование детей. Людям более старшего возраста оно помогает сохранить достаточный объем сбережений для выхода на пенсию и развить навыки, необходимые для принятия разумных решений, касающихся пенсий и других сбережений. Благодаря ФО люди с низким уровнем дохода могут накопить максимальные в сложившейся ситуации сбережения, не выплачивая больших комиссионных за финансовые операции, которые взимают нефинансовые организации, или за овердрафт по счету или кредитной карте в финансовых организациях. Что касается граждан, располагающих средствами для осуществления инвестиций, то финансовое образование дает возможность лучшего понимания базовой финансовой информации и более специфической информации, относящейся к конкретным видам инвестиций.

Повышение уровня финансовой грамотности имеет большое значение для развития способности отдельных лиц и их семей управлять возросшими рисками. Сюда включается недопущение чрезмерного увеличения личного долгового бремени, преодоление финансовых трудностей, снижение риска банкротства, сохранение сбережений и обеспечение достаточного уровня благосостояния после выхода на пенсию. Финансово грамотные потребители — это важная предпосылка для развития финансового сектора. Кроме того, повышение уровня ФГ является важной характеристикой современного эффективного режима защиты прав потребителей, который включает в себя простое и сопоставимое раскрытие информации потребителям, эффективные



институты рассмотрения их жалоб, а также запрет недобросовестной рыночной практики финансовых институтов.

Финансовая грамотность оказывает сильное влияние на жизнь конкретного человека, так как формирует его способность:

- обеспечить себя и свою семью;
- инвестировать в свое будущее и будущее своих детей;
- развить и реализовать свой творческий потенциал и проявить себя достойным гражданином общества.

Низкий же уровень ФГ приводит к отрицательным последствиям для потребителей финансовых услуг, государства, частного сектора и общества в целом.

«Финансовое образование может принести выгоды потребителям всех возрастов и уровней дохода. Молодых людей, только начинающих свою трудовую жизнь, оно обеспечивает основными инструментами управления бюджетом и экономии, чтобы удерживать под контролем расходы и долги. Финансовое образование может помочь семьям в их стремлении обзавестись собственным домом и (или) дать хорошее образование своим детям. Финансовое образование может помочь будущим пенсионерам быть достаточно информированными, чтобы сделать правильный выбор при формировании индивидуальных инвестиционных и пенсионных планов и, таким образом, гарантировать себе достойный уровень пенсионного обеспечения. Финансовое образование может помочь людям с низким доходом максимально эффективно использовать доступные финансовые ресурсы».

*Важность финансового образования, ОЭСР, 2006
(The Importance of Financial Education, from the Organisation for Economic Cooperation and Development, 2006)*

Финансовая грамотность населения приобретает все большую остроту в силу факторов, действующих со стороны предложения и спроса. В первом случае речь идет о стремительных **изменениях параметров рынка финансовых услуг** (рост ассортимента финансовых продуктов, усложнение процедур их потребления, расширение спектра организаций, их предоставляющих, и адресатов услуг). Во втором случае — о **социально-экономических и демографических изменениях** (ускорение процесса старения населения, снижение доли населения трудоспособного возраста, рост разнородности населения, рост личных располагаемых доходов).

Факторы, влияющие на актуальность ФГ, вызванные изменениями рынка со стороны предложения финансовых услуг¹, такими как рост конкуренции на рынке и внедрение современных информационных технологий, выражаются в следующем:

¹ Гид по финансовой грамотности / Коллектив авторов. М. : КНОРУС; ЦИПСИР, 2010.

1) **стремительный рост ассортимента финансовых продуктов при значительном усложнении их характеристик.** Расширяется спектр базовых банковских услуг. Так, помимо банковского вклада до востребования, потребитель получил сегодня возможность выбирать банковские депозиты с различными условиями по процентной ставке, способам уплаты процентов, возможностью пополнения и частичного снятия денежных средств. Увеличивается перечень доступных способов формирования сбережений и инструментов инвестирования: брокерские услуги для частных инвесторов, паевые инвестиционные фонды, услуги доверительного управления и т.д.;

2) **расширение спектра организаций, предоставляющих финансовые услуги.** Речь идет не только об увеличении числа организаций финансового сектора, но и о появлении новых по своим функциям, целям и правовым характеристикам организаций, оказывающих финансовые услуги (например, кредитные союзы). В этих условиях возрастает значимость оценки «продавца» потребителем финансовых услуг, уровня знаний правовых особенностей функционирующих субъектов на рынке;

3) **усложнение механизмов предоставления финансовых услуг.** Внедрение современных информационных технологий в сфере финансовых услуг, с одной стороны, позволило снизить издержки их предоставления, с другой стороны, усложнило процесс потребления для групп пользователей, которым данные технологии не знакомы или представляются слишком сложными. Хотя изменение коммуникационных характеристик рынков финансовых услуг приводит к расширению доступности релевантной для потребителей информации, эта информация не всегда понятна пользователям, а ее разнообразие и масштабы невозможно охватить в условиях сжатых временных ограничений. Проблема ухудшается развитием практики агрессивного маркетинга, осуществляемого финансовыми организациями, посредством чего потребителям могут навязываться те услуги, которые не отвечают их потребностям и возможностям;

4) **расширение целевых групп потребителей финансовых услуг.** Снижение издержек, развитие инструментов предоставления финансовых услуг привели к расширению возможностей субъектов, их предоставляющих, в отношении охвата групп, традиционно не являющихся объектом внимания. Развитие же конкуренции подстегнуло данную тенденцию, а также повлияло на изменения в характере требований к потребителю услуги. Ключевым в данном случае является то, что, как правило, вновь охватываемые группы обладают сравнительно низким уровнем знаний, навыков потребления и финансовыми возможностями, а снижение уровня требований и качества оценки платежеспособности пользователя услуги являются генераторами рисков распространения банкротств физических лиц.

Факторы, влияющие на актуальность ФГ со стороны спроса, — социально-экономические и демографические изменения:

1) **повышение демографической нагрузки.** Во многих развитых и развивающихся странах мира наблюдается повышение коэффициента демографической нагрузки (отношение численности лиц старше 65 лет к общей численности трудоспособного население



ния 15—64 лет). В Европе данный показатель в 2005 г. составлял 0,23 (по прогнозам в 2030-м он составит 0,37), т.е. в 2005 г. на одного иждивенца приходилось четыре работоспособных гражданина (к 2030-му соотношение составит 1 к 2 — рис. 1.1).

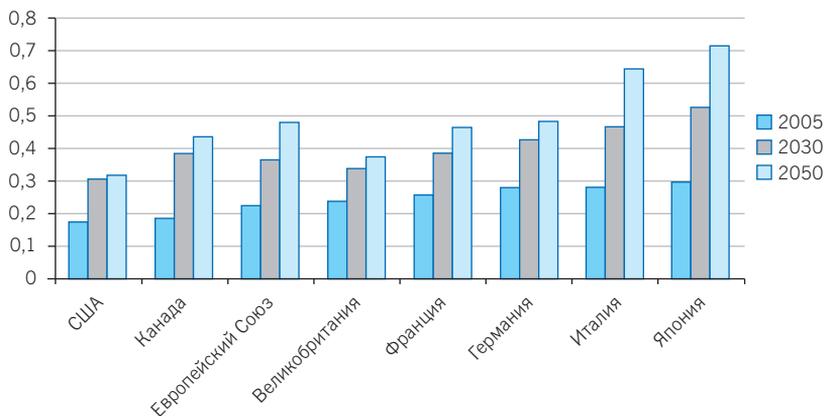


Рис. 1.1.
Демографическая нагрузка на экономику.
Источник: ОЭСР

В рассматриваемых странах данная тенденция привела к существенным изменениям пенсионных систем, которые выражаются, прежде всего, в переходе от пенсионной системы с фиксированными выплатами к пенсионной системе с фиксированными взносами и, как следствие, в повышении уровня ответственности экономических агентов за свои пенсионные накопления. Другими словами, государство в значительной степени перекладывает на индивида издержки принятия решений в выборе пенсионной программы, определении размера вкладов и т.п., а также, соответственно, и риски, с этим связанные. При такой постановке вопроса понимание механизмов трансформации текущих доходов в будущее благосостояние является ключевым вопросом.

Следствием низкого уровня ФГ является отсутствие достаточных стимулов индивидов нести издержки при реализации действий, необходимых для оптимального (с точки зрения их предпочтений) управления пенсионными накоплениями. Более того, форма поведения индивидов при низком уровне ответственности за собственные пенсионные накопления укоренилась в сознании многих представителей старшего поколения, так как стабильно воспроизводилась достаточно долгое время. Все это приводит к низкому уровню пенсионных сбережений, а также неэффективному их управлению. Негативные последствия недостатка знаний в сфере пенсионного обеспечения носят отложенный характер, как для конкретного индивида, так и для системы в целом (по причине изменения демографической ситуации и смещения ответственности на индивидов). Поэтому отсутствие внимания к этой проблеме приведет к значительным социальным и экономическим последствиям;

2) **рост уровня личных располагаемых доходов населения.** В странах с динамично развивающимися рынками капитала и устойчивым ростом личного располагаемого дохода все больше и больше экономических агентов вовлекаются в процесс потребления финан-

совых продуктов рынка капитала (или, по крайней мере, получают такую возможность). Потребители в данной сфере финансовых услуг не обладают достаточными знаниями, следствием чего является недоверие к новым финансовым инструментам, а также неэффективное управление риском. По отношению к этим группам населения повышение ФГ позволит не только увеличить их финансовое благосостояние посредством повышения качества управления риском, но и реализовать потенциал развития финансовых рынков;

3) **повышение разнородности населения.** Данная проблема проявляется в растущей дифференциации социально-культурных характеристик индивидов, уровня грамотности в сфере финансовых услуг и современных технологий, что приводит к росту доли индивидов, не вовлеченных в потребление финансовых услуг. К таким группам, как правило, относятся лица с низким уровнем дохода, расовые или национальные меньшинства, иммигранты, беженцы и аборигены, проживающие в бедных районах или сельской местности.

1.3. Жизненный цикл человека и финансовая грамотность

В последнее десятилетие во всем мире наблюдался бурный рост спроса на финансовую грамотность. Этот сдвиг также вызван следующими фундаментальными факторами:

- в современном мире планирование событий жизненного цикла серьезно зависит от личного планирования собственных финансов и благосостояния, необходимого для обеспечения дохода после выхода на пенсию, финансирования образования детей, оплаты жилья и создания страховки на случай кризисных ситуаций;
- усложнение финансовых продуктов, предлагаемых финансовым сектором;
- повышение доходов, продолжительности жизни, а также, возможно, желание граждан иметь более разнообразный выбор.

Стремительный рост кредитов населению в последнее десятилетие сопровождается ростом числа домохозяйств, которые не вполне понимают возникающие у них в связи с получением кредита риски и обязательства, а также и все имеющиеся у них варианты выбора. Сложные финансовые услуги предлагались и продолжают предлагаться потребителям, в том числе гражданам с недостаточно надежными кредитными историями. В результате секьюритизации таких кредитов населению особое значение в контексте минимизации системных рисков в финансовом секторе приобретает защита прав потребителей (наряду с управлением рисками).

При этом существует несколько подходов к классификации экономических решений¹. Выделяют следующие экономические решения, принимаемые в домохозяйстве:

- обеспечение достойного уровня текущего потребления семьи;
- обеспечение семьи жильем надлежащего качества;
- защита членов семьи от последствий потери здоровья и трудоспособности;
- защита семьи от финансовых последствий потери кормильца;

¹ «Влияние кризиса 2008—2009 гг. на изменение экономического положения, сберегательного и кредитного поведения населения». Отчет о проведении маркетингового исследования. М., 2010.



- обеспечение достойного развития, воспитания и образования детям (детский сад, школа, спортивные секции, вуз);
- обеспечение возможности хорошего отдыха и досуга, развития личных интересов и хобби;
- открытие собственного бизнеса, погашение долгов, создание резервного фонда;
- сохранение достойного уровня жизни после выхода на пенсию;
- передача наследства, формирование семейного капитала будущих поколений.

Например, финансовые решения (расходы, потребление, сберегательное поведение и т.д.) и установки, изначально не связанные с финансами (решения о занятости и домашней работе, содержание детей, проведение досуга и т.д.) (рис. 1.2). Одним из основных факторов, которые могут влиять на модели принятия экономических решений, является стадия «жизненного цикла семьи» (рис. 1.3).

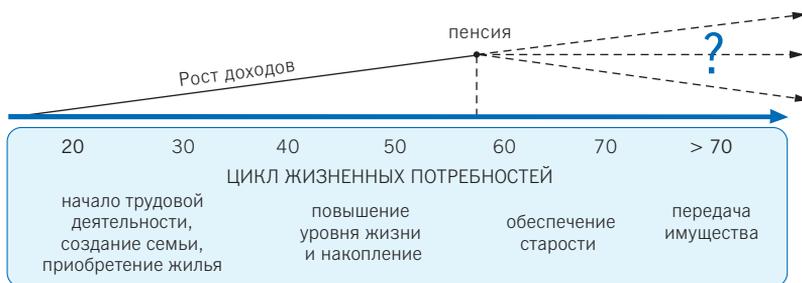


Рис. 1.2. Жизненный цикл и финансовые цели¹

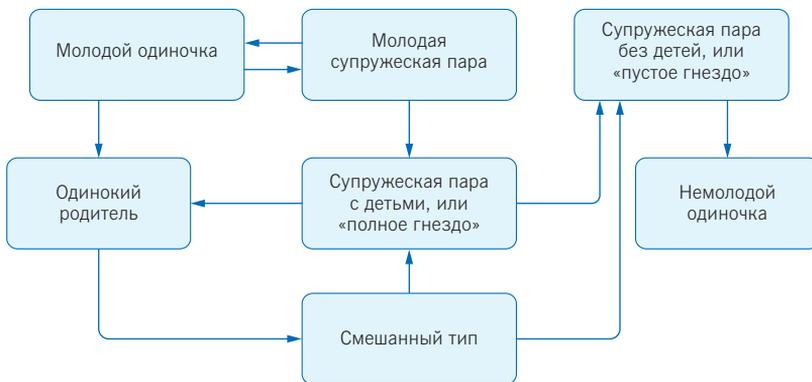


Рис. 1.3. Стадии жизненного цикла семьи²

В зависимости от этапа жизненного цикла доминируют те или иные финансовые цели и мотивы (рис. 1.2). В контексте вопроса о повышении финансовой грамотности это определяет восприимчивость потребителя к поступающей информации, ее источ-

¹ Курс «Эффективное управление личными финансами» (АНО «Институт финансового планирования»).

² «Влияние кризиса 2008—2009 гг. на изменение экономического положения, сберегательного и кредитного поведения населения». Отчет о проведении маркетингового исследования. М., 2010.

никам, методам донесения и иным способам формирования финансового поведения и потребительской культуры.

В настоящее время появилось большое количество публикаций, в которых предлагаются различные советы и рекомендации по экономии и распределению денег, по ведению бюджета домашнего хозяйства, инвестированию и т.д. В публикациях всесторонне освещаются различные аспекты финансовых взаимоотношений участников рынка: от оценки надежности финансовых компаний до описания конкретных финансовых продуктов.

Однако, как правило, за пределами внимания авторов остаются вопросы, связанные с особенностями формирования у человека тех или иных «финансовых» представлений, установок (а часто предубеждений) и привычек — устойчивых моделей финансового поведения. За рамками исследований остаются экономические мотивы поведения субъекта на различных этапах жизненного цикла. Например, в молодости большинство людей не склонно к долгосрочному планированию и накоплению. Тогда как в зрелом возрасте перед индивидом часто встает дилемма — какую часть денежных средств рассматривать в качестве сбережений, а какую часть направить на удовлетворение своих неотложных потребностей. Тем не менее экономические мотивы формируются на протяжении всего жизненного цикла человека и непосредственно влияют на модель финансового поведения: от культуры управления семейным бюджетом до выбора последовательности достижения масштабных финансовых целей (рис. 1.4).

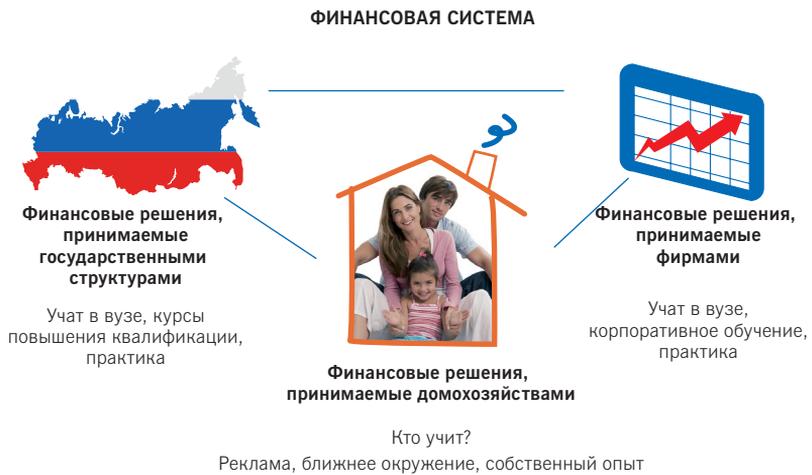


Рис. 1.4.
Пример
последовательности
финансовых целей¹

¹ «Влияние кризиса 2008—2009 гг. на изменение экономического положения, сберегательного и кредитного поведения населения». Отчет о проведении маркетингового исследования. М., 2010.



Учет особенностей «получателя» финансовой и просветительской информации особенно актуален для нашей страны. Кардинальная перестройка отношений между основными участниками финансовой системы привела к радикальному изменению условия жизнедеятельности граждан. Ранее домохозяйство¹ рассматривалось в качестве пассивного участника экономических отношений, в которых не было места «частной экономической инициативе» и «персональной ответственности» за собственное экономическое благополучие, а роль в основном сводилась к потребительским функциям. Практически не существовало проблем, связанных с выбором и принятием финансовых решений.



В современных условиях домохозяйство, являясь активным участником формирования рынка труда, производителем потребительских благ и первичным собственником, получило финансовые ресурсы в собственное распоряжение. И как следствие — каждое домохозяйство, семья, индивид встали перед необходимостью самостоятельно определять свое финансовое поведение, формировать и реализовывать свою «финансовую политику». При этом у большинства граждан отсутствует культура и накопленный опыт управления личными финансами в рыночных условиях (рис. 1.5). Принимать же правильные решения в современном финансовом мире становится все сложнее, а цена ошибки может быть очень высока.

¹ Здесь понятие «домохозяйства» используется достаточно широко как при описании отдельного, экономически обособленного индивида, так и домашнего хозяйства, в состав которого может входить несколько семей. С точки зрения методологии правильнее разделять такие понятия, как финансы домашних хозяйств, финансы семьи, финансы индивидов, в рамках целого, объединяющего понятия — личные финансы.

² Курс «Эффективное управление личными финансами» (АНО «Институт финансового планирования»).

«Финансовая грамотность могла бы удвоить ваше состояние при выходе на пенсию»

В 2008 году в исследовании А. Лусарди (Гарвардская бизнес-школа) показано, что финансовая грамотность является первым и важным шагом в создании собственного благосостояния:

- пенсионное планирование является серьезной предпосылкой в формировании богатства: те, кто планировал финансы на будущее, имеет более чем в два раза выше уровень благосостояния по сравнению с теми, кто не занимался пенсионным планированием;
- в свою очередь уровень финансовой грамотности влияет на способность к планированию: чем более финансово образован молодой человек, тем больше вероятность того, что он займется пенсионным планированием;
- именно обладание базовыми финансовыми знаниями (инфляция, процентная ставка) и способность их использовать (например, произвести финансовые расчеты) позволяет заниматься финансовым планированием.

Ряд факторов обуславливает повышенные требования к уровню финансовой грамотности участников рынка, а также к процессу финансового образования, поскольку проблема низкой финансовой грамотности населения заложена и в природе самих финансовых услуг (продуктов) и рынков. В исследованиях¹, посвященных проблеме информации на финансовых рынках, выделяют следующие факторы:

- финансовые продукты потребляются сравнительно редко, что ограничивает формирование опыта их потребления;
- финансовые продукты не могут быть протестированы на предмет качества в момент их покупки, в результате чего существует масса возможностей для недобросовестного поведения со стороны продавца;
- издержки проверки достоверности взятых сторонами обязательств высоки.

Данные факторы обуславливают высокий уровень «асимметрии» информации на рынках финансовых услуг (продуктов). Указанная «асимметрия» ограничивает способность потребителя быстро адаптироваться к изменяющимся характеристикам финансового рынка, определяет недостаток информированности о возможностях финансового рынка, приводит к неэффективным финансовым решениям и, как результат, уменьшает доверие к финансовым институтам и их услугам.

1.4. Защита прав потребителей в финансовой сфере и финансовое образование

Основная цель защиты потребителей — выправить асимметрию в доступе к информации и ресурсам между потребителями и финансовыми организациями. Финансо-

¹ Овчинников М. Обзор международной практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности. М., 2008.



вые организации хорошо ориентируются в условиях предоставления своих финансовых услуг, однако для розничных потребителей получение достаточной информации для оценки сложных финансовых услуг может оказаться слишком сложным или дорогим, даже когда необходимая информация раскрывается. Защита прав потребителей финансовых услуг обеспечивается посредством двух механизмов:

- 1) финансовое регулирование;
- 2) просвещение потребителей в области финансовых услуг.

Таким образом, финансовое образование и защита прав потребителей отражают две стороны одной медали, при этом общим моментом для них является информированность по финансовым вопросам. В то время как ФО дополняет информированность путем обучения и предоставления рекомендаций, в защите прав потребителей акцент делается на том, чтобы законодательство и регулирование были направлены на обеспечение соблюдения минимальных стандартов, предоставление клиентам соответствующей информации и укрепление защиты прав потребителей¹.

По мере развития и углубления финансовых рынков эффективная защита прав потребителей финансовых услуг приобретает решающее значение для формирования справедливого, прозрачного и конкурентного рынка финансовых услуг.

Эффективные программы по защите прав потребителей преследуют следующие цели:

- 1) предоставление потребителям четкой и сравнимой информацией о финансовых услугах;
- 2) запрещение обманной или мошеннической практики в области финансовых услуг;
- 3) обеспечение эффективного механизма разрешения споров между финансовыми организациями и населением;
- 4) обеспечение доступа к просвещению потребителей относительно рисков и преимуществ использования розничных финансовых услуг.

В результате финансового кризиса 2008—2009 гг. возник дополнительный спрос на программы повышения ФГ и защиты прав потребителей, что потребовало консолидации усилий государства и общества в этой области. Все больше стран ориентируются на пример Великобритании при проведении обследований состояния финансовой грамотности, при этом Европейский союз (ЕС) оценивает усилия отдельных стран-членов в области повышения финансовой грамотности и финансового образования.

Во многих странах, таких как США, Великобритания, Австралия, Корея, Канада и Чехия, признана необходимость активного участия государства в повышении ФГ населения в форме разработки и реализации национальной стратегии, обеспечивающей выработку механизмов повышения ФГ, координацию действий многочисленных субъектов, реализующих мероприятия в рамках данной стратегии.

¹ Здесь и далее используются данные и выводы оценки проекта для предлагаемого займа Российской Федерации на реализацию проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» (публичный документ, размещенный на сайте Всемирного банка).

В США апрель 2010 г. был объявлен «месяцем финансовой грамотности» с целью «нового обращения нас и наших детей к основам финансового образования». Конгресс США одобрил законодательные инициативы, направленные на создание специального органа по защите прав потребителей финансовых услуг, подобного органу, созданному в Канаде.

В ответ на необходимость повышения ФГ и улучшения защиты прав потребителей в нескольких странах были разработаны национальные стратегии повышения финансового образования. Центральные банки, органы финансового регулирования и казначейства этих стран начали поддержку проведения программ финансового просвещения. Кроме того, возникли различные площадки для координации деятельности государственных, некоммерческих и частных организаций ФО. В нескольких странах осуществляется оценка уровня ФГ населения, а эффект проведения программ по финансовому образованию все больше становится предметом обсуждения деятелей просвещения и экспертов. В ОЭСР было принято руководство по ФО¹ и утверждена долгосрочная инициатива в области повышения финансовой грамотности.

Для потребителей финансовых услуг низкий уровень ФГ приводит:

- 1) к принятию неэффективных решений и, как результат, к уменьшению доверия к финансовым институтам;
- 2) «исключенности» из возможности использования преимуществ финансового рынка;
- 3) высокому уровню персональных долговых обязательств;
- 4) банкротствам физических лиц;
- 5) передаче негативного финансового опыта подрастающему поколению;
- 6) подверженности рискам мошенничества и недобросовестного поведения продавцов финансовых услуг;
- 7) низкому уровню сбережений для жизненно важных целей;
- 8) неэффективному формированию пенсионных сбережений и управления ими.

Для государства низкий уровень ФГ является одним из препятствий развития финансового сектора в целом, ограничивает возможности и снижает эффективность регулирования финансовых рынков, защиты прав потребителей, препятствует переходу к пенсионной системе, основанной на большем индивидуальном участии.

Для частных организаций, предоставляющих финансовые услуги, низкая ФГ потребителей способствует росту отрицательных внешних эффектов, производимых недобросовестными поставщиками финансовых услуг, что приводит к снижению уровня доверия к сектору в целом.

С точки зрения экономики в целом недостаточный уровень знаний в области финансовых услуг означает низкую степень вовлечения широких слоев населения в их потребление, что ограничивает уровень и качество сбережений и инвестиций, определяющих потенциал экономического роста.

¹ <http://www.oecd.org/dataoecd/7/17/35108560.pdf>



1.5. Роль государства: международный опыт

Во многих развитых странах повышение финансовой грамотности является элементом государственной политики. Высокий интерес к теме личных финансов и ФГ отражен в ряде государственных программ¹. Решением задач в этом направлении занимаются специальные государственные ведомства или организации, финансируемые государством:

- в США — Комиссия по финансовой грамотности и образованию (FLEC);
- в Австралии — Служба финансовой информации (FIS);
- в Канаде — Служба защиты потребителей финансовых услуг (FCAC);
- в Великобритании — Управление по финансовым услугам (FSA).

В этих странах проводятся регулярные исследования, направленные, с одной стороны, на оценку уровня ФГ индивидов (их способности использовать доступные финансовые инструменты, осуществлять планирование собственного бюджета и т.п.), с другой стороны, на определение наиболее приоритетных задач развития ФГ, каналов распространения информации, ее характеристик и реципиентов.

В международной практике на государство возлагается ключевая роль координатора процесса. На основании мнений экспертов можно выделить те функции, которые должны быть возложены на государство в программе повышения ФГ населения².

Координационно-консолидирующая функция. Государство должно выработать цели программы и способы их достижения — быть единым координационным центром, организатором публичной дискуссии по этой теме, определить единые стандарты, помочь игрокам рынка договориться между собой и преодолеть «проблему безбилетника», которая заключается в том, что если кто-то из участников рынка начинает тратить свои ресурсы на повышение ФГ населения, то тем самым создается общественное благо, которым пользуются все, а не только те, кто его создал.

Государство также должно следить за тем, чтобы обеспечить реализацию программы на всей территории страны, даже в тех регионах, где в повышении грамотности населения в данный момент участники рынка не заинтересованы. Цель государства — не допустить того, чтобы программы повышения ФГ свелись к рекламным и маркетинговым действиям по продвижению продуктов и привлечению клиентов.

Мониторинговая и аналитическая функции. Именно государство способно аккумулировать информацию о проблемных зонах рынка финансовых услуг для населения. Так, например, государственные контролирующие и регулирующие органы, занимающиеся рынками финансовых услуг, могли бы иметь в штате структурные подразделения, которые собирали бы и анализировали информацию, например, по тем жалобам, которые к ним поступают. В случае появления на рынке проблемных зон государственные органы должны публиковать на своих сайтах разбор наиболее типичных случаев и размещать материалы, которые могут быть полезны для людей, оказавшихся в кон-

¹ Taking Ownership of The Future. The National Strategy for Financial Literacy, 2006.

² Гид по финансовой грамотности / Коллектив авторов. М. : КНОРУС; ЦИПСИР, 2010.

фликтных ситуациях (например, образцы писем и обращений в соответствующие органы, алгоритмы действий).

Контролирующая и регулирующая функции. Государство как регулятор рынков обеспечивает лицензирование, мониторинг и защиту, следит за тем, чтобы недобросовестные участники не имели возможности предоставлять услуги населению, проводит политику повышения прозрачности работы финансовых институтов: раскрытие информации, унификация договоров, своевременное обеспечение законодательной базы.

Эта функция государства чрезвычайно важна, поскольку одна ФГ не защитит людей от мошенничества, если регулирующие и законодательные органы не создадут условий для добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей.

Образовательная функция. Государство имеет в своем ведении образовательные учреждения и способно оказать влияние на то, какие знания будут доноситься до школьников и студентов в их стенах. Только в рамках средней школы можно достичь максимального охвата различных слоев населения. Поэтому если в школьной программе удастся найти место знаниям о финансовых институтах и услугах, то велика вероятность того, что молодежь, выходя во взрослую жизнь, будет лучше осведомлена о финансовом рынке, при этом родители школьников также будут отчасти вовлечены в этот процесс.

Целесообразность осуществления государственной политики в области ФГ определяется существованием ряда проблем, самостоятельное решение которых рынком ассоциируется с запретительно-высокими издержками:

1) **необходимость агрегирования интересов.** Структура стимулов потенциальных субъектов, формирующих и распространяющих информационно-образовательные программы повышения уровня ФГ, различна и не всегда отвечает интересам всех релевантных групп (государство, потребители финансовых услуг, частные организации, представляющие рынок финансовых услуг). Например, при отсутствии вмешательства государства из целевых аудиторий могут быть исключены наименее защищенные слои населения — пенсионеры, индивиды с низким доходом, отсутствием опыта потребления финансовых услуг и т.д.;

2) **необходимость координации действий при осуществлении программ** (координация усилий частных, некоммерческих и иных организаций, производящих соответствующую информацию для потребителей финансовых услуг). В рамках реализации данных функций происходит экономия издержек как потребителей, так и производителей соответствующей информации посредством минимизации дублирования усилий ее производства, ее агрегирования из защищенных от недобросовестного манипулирования источников;

3) **необходимость контроля качества информации.** Некачественная информация, приводящая к потерям для потребителей, может дискредитировать не только ее непосредственного производителя, но и идею образовательных программ в области ФГ. Стимулы производителей финансовых услуг ориентированы, прежде всего, на извлечение наибольшей прибыли, а не на повышение уровня образования своих



клиентов. Именно поэтому роль государства должна включать контроль как информации, являющейся основой информационно-образовательных программ, так и информации, раскрываемой производителями финансовых услуг при осуществлении сделки.

Опыт развитых стран в области повышения уровня ФГ населения демонстрирует различные по своему характеру формы участия государства при разрешении этой проблемы. Государство может:

- 1) выступать «центральным агентом», координируя деятельность субъектов, реализующих информационно-образовательные программы, обеспечивая функционирование единых информационных баз и каналов распространения информации;
- 2) финансировать (полностью или частично) реализацию информационно-образовательных программ;
- 3) обеспечивать формирование стандартов распространяемой производителями финансовых услуг информации, характера процедур ее раскрытия;
- 4) полностью реализовывать всю технологическую цепочку действий по развитию ФГ.

Данные формы участия государства в повышении уровня ФГ, как правило, комбинируются и не выступают как чистые формы. Самостоятельная реализация всех мероприятий в технологической цепочке является наиболее централизованной формой участия государства, однако не используется на практике в рассматриваемых странах, которые, как правило, привлекают негосударственные организации для расширения охвата реализуемых программ. В идеале вмешательство государства должно иметь место в тех случаях, когда оно является необходимым условием осуществления мероприятия или же ведет к значительной экономии издержек и повышению эффективности реализации проекта. Поэтому на разной стадии реализации информационно-образовательных программ (от разработки до распространения среди адресатов) характер и степень участия государства варьируются.

В таких странах, как Австралия, США, Великобритания и Канада специализированные государственные организации (или организации, финансируемые государством) чаще всего выполняют функции «центрального» агента с элементами финансирования информационно-образовательных программ и контроля за их реализацией. В рамках их компетенции, как правило, лежат следующие действия:

- 1) осуществление исследований в области ФГ населения;
- 2) формулировка национальной стратегии, т.е. постановка целей и задач, определение перечня мероприятий, субъектов, их реализующих, и механизма оценки их эффективности с целью выявления точек совершенствования стратегии;
- 3) разработка стандартов (в том числе и школьных программ) распространяемой в рамках информационно-образовательных проектов информации и контроля их исполнения субъектами, реализующими мероприятия стратегии;
- 4) распространение информации (создание и поддержание единых каналов распространения);

5) координация действий субъектов, осуществляющих информационно-образовательные программы, с целью снижения издержек, возникающих при дублировании действий;

6) оценка результатов проектов.

С точки зрения характера программ действия как государственных, так и негосударственных организаций сосредоточены в рамках трех основных направлений:

1) создание достоверных и доступных источников информации для потребителя финансовых услуг;

2) реализация образовательных программ (семинары, тренинги и т.п.);

3) обеспечение поддержки консультационного характера и защиты прав потребителей непосредственно при выборе и потреблении финансовых услуг.

Формы участия и направления деятельности государства в рамках повышения уровня ФГ схематично отображены на рис. 1.6:



Рис. 1.6. Формы участия государства и направления реализации стратегии повышения финансовой грамотности¹

В зависимости от указанных направлений определяется перечень субъектов, способных реализовывать мероприятия, а также характеристики предоставления информации адресатам информационно-образовательных программ. В случае с образовательными проектами в зависимости от целевой аудитории и сферы приложения соответствующей программы используются такие формы предоставления информации, как специализированные семинары, тренинги на рабочих местах, в школах и университетах. При создании информационных ресурсов для самостоятельного их использования потребителем финансовых услуг выпускаются брошюры, буклеты, DVD и создаются специализированные веб-сайты. При поддержке принятия решений

¹ Гид по финансовой грамотности / Коллектив авторов. М. : КНОРУС; ЦИПСИР, 2010.



в процессе потребления финансовой услуги наиболее распространенными формами являются консультирование и ведение переговоров от лица потребителя с продавцом финансовой услуги. Примером такого рода программ может быть использование в США услуг консультирования кредитования (Credit Counseling Services), в рамках которых потребителю предоставлялись не только поддержка при ведении переговоров с кредитором, но и образовательные программы, обучающие управлению финансовыми ресурсами, и т.п.

Необходимость вовлечения широкого перечня организаций в реализацию программ финансовой грамотности осознается во всех рассматриваемых странах. Спектр организаций включает в себя:

1) **государственные организации**, которые, определяя направления и приоритеты политики, также участвуют в формировании стратегии развития ФГ, реализации программ и формировании правовой среды соответствующих рынков. Как правило, такими предприятиями являются социальные ведомства, ответственные за вопросы трудоустройства, образования и пенсионного страхования, организации, регулирующие рынки финансовых услуг и обеспечивающие защиту прав потребителей;

2) **некоммерческие общественные организации** (в большинстве своем финансируемые за счет средств государства, иногда частного сектора) активно вовлекаются в процесс реализации стратегии повышения уровня ФГ как на стадии исследований и разработки стратегии (программ), так и на стадии непосредственной реализации мероприятий и организации обратной связи;

3) **частные отраслевые организации** или различного рода ассоциации, представляющие интересы отрасли, реализующие значительную долю программ в области АУ населения. Например, в Австралии такая доля составляет около 22% при доле государства в 33%. Наиболее масштабные программы реализуются крупнейшими банками и банковскими ассоциациями, такими как RBC Royal Bank, Canadian Bankers Association — в Канаде; ANZ National Bank — в Австралии; Consumers Bankers Association — в США. Формы участия частного сектора аналогичны государственным формам, за исключением формирования общих стандартов информационных программ и процедур раскрытия информации.

Приоритетными сферами развития ФГ населения в рассматриваемых странах являются:

- 1) пенсионное страхование;
- 2) кредитование (потребительское и ипотечное);
- 3) сбережения и инвестиции населения.

Внимание к указанным сферам со стороны государства объясняется значительными внешними эффектами (положительными или отрицательными) с точки зрения социально-экономической стабильности (рис. 1.7). При этом уровень ФГ определяет масштабы соответствующих внешних эффектов и их знак (отрицательный, положительный). Исследования, проведенные в рассматриваемых странах, демонстрируют низкий уровень ФГ по всем указанным сферам.



Рис. 1.7.
Многоплановая
роль финансовой
грамотности

Исследования, проведенные в США, Корее, Японии, Великобритании, Канаде и Австралии, подтвердили, что во всех демографических и возрастных группах существует недостаточный уровень знаний по управлению личными финансовыми средствами, а именно:

- менее 60% ответов учеников старших классов в США и Корее на вопросы, определяющие уровень знаний в области сбережений, инвестиций и пенсионных накоплений, а также понимания рисков и механизмов их смягчения, были правильными;
- 71% респондентов в Японии не располагают знаниями относительно инвестиций в акции и облигации, 57% не имеют представления о финансовых услугах вообще, 29% — о страховании, пенсионных накоплениях и налогах;
- индивиды в Великобритании не склонны активно осуществлять поиск информации, необходимой для выбора финансовой услуги. Более того, одной из причин отказа от покупки соответствующей услуги является сложность информации, ее характеризующей;
- большинство жителей Австралии имеют базовый уровень ФГ, однако молодые потребители финансовых услуг и представители наименее защищенных социальных групп населения сталкиваются с препятствиями в осуществлении проработанных решений в рамках управления собственными средствами.

В рассматриваемых странах используются следующие критерии для выделения целевых групп:

- возраст — школьники, студенты, индивиды предпенсионного возраста, пенсионеры;
- пол — выделяются специализированные программы для женщин;
- место проживания — жители городов с высоким уровнем развития финансовой инфраструктуры, жители пригородов и деревень;



- уровень дохода — индивиды с низким, средним и высоким уровнем дохода;
- социокультурные особенности — язык, религиозные представления, приверженность обычаям и т.п.;
- степень вовлечения в потребление финансовых услуг — индивиды, имеющие опыт потребления финансовых услуг, индивиды, исключенные из потребления финансовых услуг.

Выбор целевой аудитории определяет характеристики информации, лежащей в основе программы повышения ФГ, а также характеристики механизмов, каналов и форм предоставления информации адресатам, перечень субъектов, ее распространяющих.

Проведенные в США исследования показали, что многим американцам не хватает знаний по основам личной экономики, которые необходимы им для принятия эффективных решений и эффективного управления собственными средствами.

В этой связи в настоящее время большее внимание уделяется пропаганде и расширению мероприятий по повышению финансовой грамотности. С середины 1990-х гг. многие организации инициируют выполнение программ повышения ФГ с целью решения этой проблемы, реализация 65% исследованных программ началась в 1990-х гг., а почти 75% — в конце 1990-х и начале 2000-х гг.

1.6. Исследование уровня финансовой грамотности в России

1.6.1. Примеры исследований уровня финансовой грамотности в России

Поскольку проблема финансовой грамотности является для России относительно новой, очевидно, что разработке программ в области повышения ФГ должны предшествовать серьезные исследования ее текущего уровня. Результаты исследования могут послужить основой для определения наиболее эффективных направлений и способов доведения финансовых знаний до населения.

В целях изучения уровня ФГ населения проводились исследования различными организациями (Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ)¹, Фонд «Общественное мнение» по заказу ММВБ и др.).² Результаты свидетельствуют о необходимости повышать ФГ, так как:

- до 40% опрошенных считают, что правительство будет компенсировать им возможные потери, связанные с личными инвестициями;
- только 9% взрослого населения планируют свои финансы на период, превышающий шесть месяцев, и лишь 0,5% — превышающий один год.
- в ходе опроса 2007 г. только 48% респондентов ответили, что они знают о требовании раскрытия эффективной процентной ставки;

¹ Исследование Национального агентства финансовых исследований (2008 г.) было проведено при поддержке Всемирного банка.

² ММВБ, «Социологическое исследование инвестиционной культуры населения», ноябрь 2007 г.

- 63,5% опрошенных не доверяют банкам;
- 60% — не уверены, что через 20 лет крупнейшие компании страхового рынка никуда не денутся. Население в незначительной степени знакомо с законами и нормативными актами по финансовым продуктам.

Результаты социологического исследования НАФИ показывают, что¹ **охват населения финансовыми услугами** довольно низок — почти половина россиян (44%) не пользуется финансовыми услугами (в группах с низким доходом эта цифра приближается к 55%). В то же время в последние годы отмечены некоторые изменения. Если говорить о наиболее популярных услугах и продуктах, то список возглавляют банковские пластиковые карты (в основном карты, на которые перечисляется заработная плата) — 21% и потребительские кредиты — 19%² (рис. 1.8).

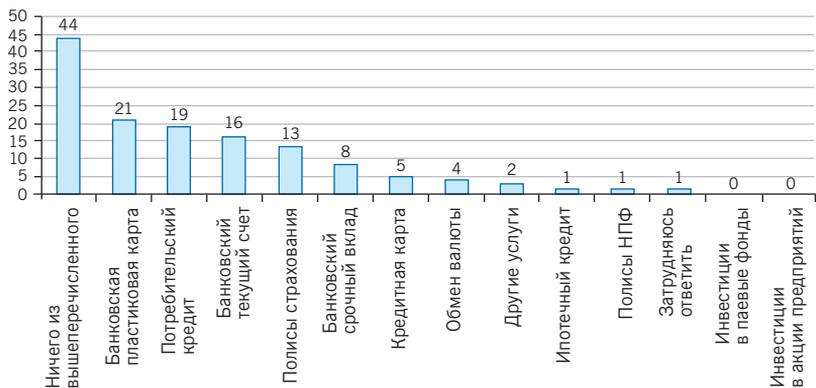


Рис. 1.8. Использование населением различных финансовых услуг, % респондентов

Ожидания государственной поддержки физическим лицам, осуществляющим операции на финансовых рынках, представлены в табл. 1.1.

Исследование подтвердило, что большое число россиян до сих пор рассчитывает, что правительство напрямую компенсирует потери, понесенные ими на финансовых рынках. Более четверти населения (28%) полагает, что государство должно компенсировать их личные финансовые потери, связанные со снижением рыночной стоимости их доли в паевых инвестиционных фондах, стоимости обыкновенных акций или падением цен на недвижимость. Высок процент респондентов (32%), которые не сформировали собственное мнение по этому вопросу. Только 9% опрошенных считают, что ни в одной из перечисленных ниже ситуаций государство не должно играть роль страховщика.

¹ Результаты социологического исследования НАФИ (по заказу Всемирного банка), 2008 г.

² Результаты более ранних исследований (2007) указывали на более высокий уровень использования потребительских кредитов населением.



Таблица 1.1.
Необходимость покрытия финансовых потерь государством:

Риск	% респондентов
Если банк обанкротился	52
Если падает рыночная стоимость доли в паевых фондах	15
Если падает цена обычных акций	9
Если падают цены на недвижимость	16
Ничего из вышеперечисленного	9
Затрудняюсь ответить	32
Итого	133*

*Сумма превышает 100%, так как респонденты могли давать более 1 ответа.

Предоставим показатели уровня финансовой грамотности, исследуемые в опросе.

1. Ведение личного бюджета. Менее половины россиян (45%) ведут систематический учет своих личных средств (рис. 1.9).



Рис. 1.9.
Ведение личного бюджета; % респондентов

2. Жизнь по средствам. Текущие расходы 28% россиян систематически превышают их текущие доходы (рис. 1.10). Для малообеспеченного населения этот показатель составляет 40%. Также было отмечено, что малообеспеченное население чаще берет деньги займы, чтобы покрыть разницу. В России до сих пор важным фактором является возможность взять деньги в долг у родственников.



Рис. 1.10.
Соотношение доходов и расходов, % всех респондентов*

* Ответы на вопрос: как часто за прошедший год у вас (вашей семьи) заканчивались средства от предыдущей зарплаты или партии дохода до того, как вы получали следующую зарплату, пенсию, стипендию, пособие и т.п.?

3. Сравнение альтернативных финансовых услуг (продуктов). 40% респондентов никогда не сравнивают условия, предлагаемые различными поставщиками финансовых услуг (рис. 1.11).

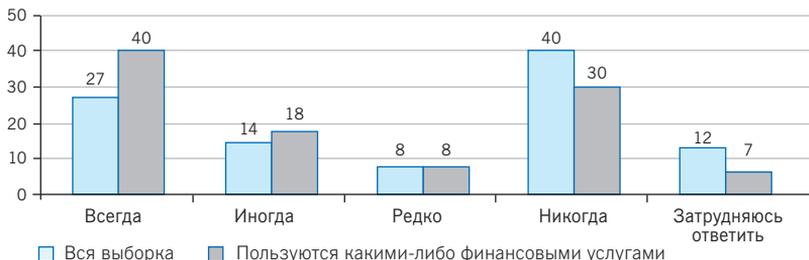


Рис. 1.11.

Сравнение финансовых услуг разных компаний*

* Ответы на вопрос: как часто при выборе и использовании финансовой услуги вы сравниваете условия, предлагаемые разными компаниями? Указан процент выборки и процент потребителей финансовых услуг

4. Планирование на будущее. Россияне не уверены в своих доходах даже в краткосрочной перспективе (рис. 1.12), и большая часть населения не планирует свои расходы далее чем на 6 месяцев (рис. 1.13).



Рис. 1.12.

Уверенность в будущих доходах, % всех респондентов*

* Ответы на вопрос: вы можете с уверенностью сказать, какой у вас будет уровень дохода?

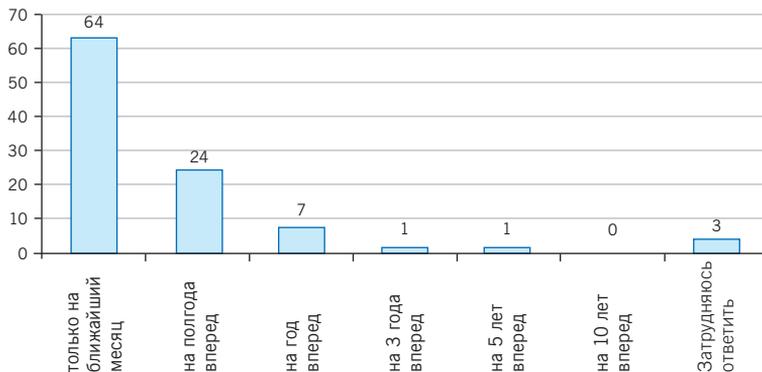


Рис. 1.13.

Планирование доходов, % всех респондентов*

* Ответы на вопрос: на какой период времени вы планируете свои расходы?



Что касается **базовых навыков финансовой арифметики**, то 43% респондентов не смогли правильно ответить ни на один из шести вопросов, предполагающих вычисления (понимание вопроса, процентная ставка, инфляция и т.д.). Только 11% респондентов правильно ответили на все вопросы (табл. 1.2).

Количество правильных ответов	Процент респондентов
0	43
1	21
2	9
3	7
4	5
5	4
6	11

Таблица. 1.2.
Навыки финансовой арифметики

1.6.2. Потребность в финансовом образовании и дополнительной информации

Большое число респондентов исследования НАФИ заявляет о том, что они хотели бы больше узнать об управлении личными финансами. Пять самых популярных тем: как не стать жертвой мошенников, пенсионные сбережения, управление личным долгом, планирование расходов в долгосрочной перспективе и тонкости подписания контрактов с финансовыми учреждениями (рис. 1.14).

Исследование выявило долгосрочные проблемы финансовой грамотности россиян:

- необоснованно завышенные ожидания относительно государственной финансовой поддержки в случаях финансовых потерь;

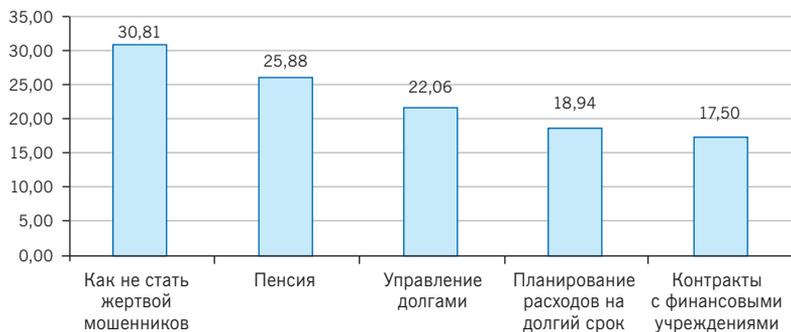


Рис. 1.14.
Пять наиболее востребованных тем финансового образования, % всех респондентов

- низкая способность граждан к обеспечению личного (семейного) устойчивого финансового здоровья на основе индивидуальных финансовых решений;
- слабое знание базовых принципов и инструментов финансового рынка.

В последнем случае население, во-первых, демонстрирует низкую способность к перспективному планированию, люди не отреагировали на насущную необходимость самостоятельно накапливать себе средства на пенсионный период. Хотя большинство знает, что коэффициент замещения, скорее всего, будет очень низким в будущем (на 2020 г. прогнозируется около 24%) и что одних пенсий не хватит, чтобы свести концы с концами, только 11% населения вступили в какие-то программы формирования пенсионных финансовых накоплений. Свыше 50% населения вообще ничего не знают о частных пенсионных фондах. Лишь незначительное число участников накопительной системы обязательного пенсионного обеспечения самостоятельно выбрали управляющую компанию.

Во-вторых, как было отмечено выше, около трети опрошенных систематически выходят за рамки своего текущего дохода. Малообеспеченные слои чаще занимают деньги для покрытия своих финансовых «дыр» (у ближних и дальних родственников).

В-третьих, большинство населения по-прежнему возлагает неоправданно большие надежды на помощь государства в обеспечении их личного благосостояния. Эти ожидания создают отрицательные стимулы для долгосрочного индивидуального финансового планирования. В результате одна треть взрослого населения России не осуществляет регулярного планирования расходов. Те же, кто занимается таким планированием, ограничиваются краткосрочным периодом — от месяца до полугода. Только 9% населения планируют на период, превышающий шесть месяцев. Свыше половины потребителей финансовых услуг не осведомлены о своих законных правах в качестве потребителей финансовых услуг.

Свыше 60% населения не знают об обязанности кредитора раскрывать годовую эффективную процентную ставку по кредиту. Только 11% населения знает, что государство не покрывает все убытки, возникшие в результате снижения стоимости активов инвестиционных фондов. Лишь 14% смогли правильно назвать сумму страхового покрытия по вкладам населения. 6% населения полагает, что государственное страхование распространяется на все банковские вклады в полном объеме или до миллиона рублей. Кроме того, было выявлено, что люди практически не знают, где искать надежную информацию относительно прав потребителей финансовых продуктов и услуг.

В-четвертых, *уровень доверия российских потребителей к финансовому сектору, как правило, низок.* 9% потребителей, не формирующих сбережений, объяснили это своим «недоверием к финансовым организациям». Только у 11% семей имеются страховые полисы, при этом 21% потребителей считают необходимым страховать жизнь, но не делают этого, потому что «не верят, что страховые компании действительно выплатят страховку в случае их смерти».

В-пятых, *российские потребители финансовых услуг обладают низким уровнем уверенности в возможности легкого и справедливого разрешения проблем, связанных с финансовыми операциями.* 77% потребителей считают, что шансы добиться «быстрого и справедливого» разрешения споров с финансовыми организациями равны «50:50» или даже меньше. Потребители также проявляют пассивность в защите сво-



их законных прав. 8% респондентов заявили, что за последние пять лет они получили финансовую услугу (обычно тот или иной вид потребительского кредита), которая не удовлетворила их потребности. И они делают вывод, что их обманули поставщики этой услуги. При этом свыше 60% неудовлетворенных респондентов не предприняли никаких действий по этому поводу. Только 4% обратились с претензией в финансовую организацию, а 3% направили жалобу в соответствующий государственный орган.

В-шестых, *российские потребители уже принимают меры по защите своих интересов*. Свыше 40% домохозяйств ответили, что сравнивают условия финансовой услуги, прежде чем приобрести ее, хотя 46% ориентируются на репутацию банка (и только 37% учитывают стоимость кредита) в качестве определяющего фактора при выборе банка-кредитора. Свыше 80% получают финансовую информацию из газет, журналов и специализированных телевизионных программ. Вместе с тем при принятии финансового решения 51% респондентов обращается за советом к членам семьи и друзьям, а 36% — к «консультантам», сопровождающим предоставление этой услуги.

В то же время в России высоки спрос на финансовое образование и стремление узнать, как можно защитить свои интересы при взаимодействии с финансовыми организациями, а также как распознавать мошеннические финансовые схемы и избежать их. 3/4 семей хотели бы получить ФО как для защиты своих финансовых интересов, так и для планирования своих будущих доходов. 1/3 опрошенных хочет узнать о законах, защищающих права потребителей финансовых услуг, а также что следует делать, если эти права нарушаются. Свыше 13% хотели бы получить информацию о потребительских кредитах населению, а еще 16% хотят ознакомиться с возможностями получения кредита на приобретение жилья. Приблизительно 26% взрослого населения хотело бы научиться разбираться в пенсионной системе, а также узнать, какие существуют способы обеспечения сбережений на старость. Еще 22% населения хотят научиться тому, как «не увязнуть в слишком больших долгах при пользовании кредитами». Молодежь в особенности интересуется стратегиями планирования крупных покупок и ипотеки. Пожилые респонденты большее внимание уделяют вопросам пенсий. Обеспеченные домохозяйства отмечают необходимость более четкого понимания, на какую информацию потребитель должен обращать внимание при подписании договоров с финансовыми организациями, чтобы не стать в будущем жертвой мошенничества или недобросовестной практики. Четвертая часть всех опрошенных не выразила интереса к финансовому обучению любого вида. Население хотело бы, чтобы услуги по ФО предоставлялись органами государственного регулирования, а также представителями вузов и некоммерческих организаций (НКО).

Как отмечено в исследованиях НАФИ, значительная часть экономически активного населения России не готова брать ответственность за свои финансовое благополучие. Этим во многом объясняются ожидания граждан получить от государства «защиту» не столько в правовом аспекте «защиты прав и интересов», сколько в патерналистском смысле государственной «опеки и попечительства». И как следствие этого — низкая финансовая грамотность и экономическая инертность значительной части населения.

В маркетинговых исследованиях¹ влияния кризиса 2008—2009 гг. на финансовое поведение граждан показано, что российские граждане не проявляют склонности делать сбережения (рис. 1.15).

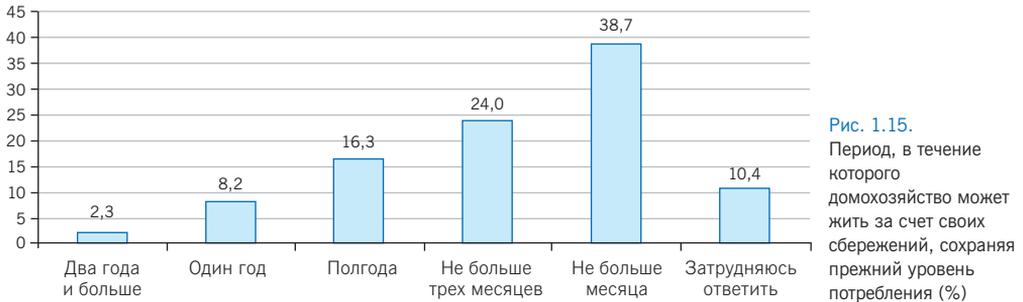


Рис. 1.15. Период, в течение которого домохозяйство может жить за счет своих сбережений, сохраняя прежний уровень потребления (%)

В этих же исследованиях показано, что те, кто не могут правильно рассчитать процентные ставки по кредитным продуктам и сопоставить кредитную нагрузку со своей платежеспособностью, склонны к накоплению кредитной задолженности и испытывают трудности в погашении долгов на протяжении длительного периода.

Таким образом, на основании данных, изложенных выше, можно сделать вывод, что проблема финансового образования и повышения ФГ для России крайне актуальна. Уровень финансовой грамотности населения в настоящее время чрезвычайно низок, и его повышение — актуальная потребность для всех².

¹ «Влияние кризиса 2008—2009 гг. на изменение экономического положения, сберегательного и кредитного поведения населения». Отчет о проведении маркетингового исследования, АНО НИСП. М., 2010.

² НАФИ. Критерии финансовой грамотности населения и пути ее повышения. Отчет по результатам исследования. М., 2008.



Международный опыт в области повышения финансовой грамотности населения

2.1. Обзор международного опыта реализации программ финансового образования и финансовой грамотности

Эта глава посвящена примерам программ повышения финансовой грамотности, реализуемых в разных странах как государственными институтами, так и организациями неправительственного и частного секторов.

Повышение финансовой грамотности становится все более приоритетной задачей не только стран с формирующейся экономикой, но и развитых государств. Количество стран, которые принимают и реализуют программы ФГ, растёт ежегодно. В частности, в Европе действует более 180 программ повышения ФГ населения¹. Успешные национальные программы были разработаны и реализуются в США, Великобритании, Германии и Австрии, а среди стран с формирующимся рынком — в Болгарии, Словении и Польше. Большинство стран осуществляют добровольные программы, предлагающие финансовое образование в рамках самых разных формальных и неформальных образовательных программ. Примерно половина стран-членов ОЭСР проводят национальную политику развития ФО, и практически все страны ОЭСР предлагают такое образование в форме государственно-частных партнерств.

Исследование схем и программ повышения уровня финансовой грамотности населения в 27 странах ЕС² показало, что:

- эти страны значительно отличаются друг от друга по количеству реализуемых программ, направленных на повышение уровня финансовой грамотности населения. Больше всего вариантов программ повышения ФГ в Великобритании, Германии и Австрии. В Нидерландах и Франции также существует много проектов. В Центральной Европе среди стран ЕС наиболее активна Польша. В Болгарии, Латвии, Люксембурге, Словении и Румынии осуществляются международные программы ЕС;

¹ Habschick, Seidl, and Evers, 2007: Survey of Financial Literacy Schemes in the EU27 (Обследование программ повышения финансовой грамотности в 27 странах ЕС), VT Market Final Report, Evers Jung (отчет подготовлен для Комиссии ЕС).

² Там же.

- в настоящее время основными целевыми группами являются дети и молодежь;
- из каждой трех схем (программ) две предлагают свои услуги через посредников;
- каждая вторая программа использует широкий круг инструментов и каналов, среди которых наиболее важным становится Интернет;
- каждая шестая схема (программа) осуществляется частным поставщиком финансовых услуг, который стремится охватить как потребителей финансовых услуг, так и тех, кто ими не пользуется; при этом содержание схемы в основном остается объемным;
- как показывает опыт, программы просвещения взрослого населения — потребителей в области финансовых услуг оказываются эффективными при их осуществлении в моменты, доступные для обучения, например, когда гражданин впервые берет ипотечный кредит или начинает планировать выход на пенсию.

Несмотря на общее согласие в том, что программы ФО необходимы, не все образовательные программы оказываются эффективными. В ряде эмпирических исследований выявлена положительная корреляция между финансовым образованием и финансовой грамотностью¹. С другой стороны, в некоторых исследованиях сообщается о неоднозначных результатах или об отсутствии корреляции между ФО и ФГ или, в конечном итоге, признаках изменившегося финансового поведения². Долгосрочный характер программ ФО, влияющих на финансовое поведение граждан, налагает ограничения на исследование их эффективности в этой сравнительно новой области, тем не менее некоторые выводы сделать можно.

Программы финансового образования, проводимые среди школьников в Польше³, показывают, что уровень финансовых знаний повышается на 20—40% в зависимости от вида программы и возраста целевой группы. Программа «Школа финансовой грамотности», осуществляемая в Австрии⁴, демонстрирует, что дети и молодежь в возрасте от 10 до 18 лет очень хорошо реагируют на программы ФО и легко схватывают базовые знания о финансовых понятиях. Результаты проведенного ОЭСР исследования эффективности финансового образования в США⁵ позволяют предположить, что среди

¹ FDIC, 2007: A Longitudinal Evaluation of the Intermediate-term Impact of the «Money Smart» Financial Education Curriculum upon Consumers' Behavior and Confidence; Mandell, Lewis, 2008: JumpStart Financial Literacy Surveys of High School Seniors, 1997—2008, <http://www.jumpstart.org>; Varcoe, K., A. Martin, Z. Devitto, and C. Go, 2005: Using a Financial Education Curriculum for Teens, *Financial Counseling and Planning* 16 (1); National Council of Economic Education, 2007: Financial Fitness for Life; Lopez-Fernandini, A., and K. Murrell, 2008: New America Foundation New America Foundation & Citi Foundation, <http://www.newamerica.net/publications/policy/>

² Willis, Lauren E., 2008: Against Financial-Literacy Education, *Iowa Law Review*, Issue 94 (1), <http://papers.ssrn.com/abstract=1105384>; Cole, Shawn and Gauri Kartini Shastri, 2007: If You Are So Smart, Why Aren't You Rich? The Effects of Education, Financial Literacy, and Cognitive Ability on Financial Market Participation; Mundy, Shaun, 2008: Financial Education in Schools: Analysis of Selected Current Programmes and Literature — Draft Recommendations for Good Practices, published in proceedings of OECD-US Treasury International Conference on Financial Education, Washington DC; Lopez-Fernandini, A., Karen Murrell, 2008: New America Foundation New America Foundation & Citi Foundation.

³ Polak, Marcin, 2009: www.thinkpoint.pl; Financial education programs in Poland, www.kroeneberg.org.pl (Программы финансового образования в Польше).

⁴ Fits fur Geld, 2006: Driving License for Finance, Evaluation Report, Internal document.

⁵ OECD, 2006: The importance of Financial Education.



работников, прошедших данные программы, наблюдается повышение нормы сбережений и снижение уровня просроченных кредитов. Также ФО, по всей видимости, оказывает положительное воздействие на сокращение гендерного неравенства по уровню финансовых знаний¹.

Опыт осуществления программ финансового образования для взрослых показывает следующее:

- взрослых трудно обучать, если у них нет конкретной потребности в получении образования в области финансовых услуг (если нет «момента, доступного для обучения»);
- несмотря на то, что характер финансовой психологии зачастую мешает — даже образованным потребителям — выбирать оптимальное поведение, ФО может предупредить обучающегося о таких опасностях и предложить обходные пути;
- усиление защиты прав потребителей и развитие ФО является более предпочтительным, чем ограничение выбора для потребителей;
- ФО не может заменять собой регулирование сферы защиты прав потребителей².

В Великобритании национальная программа по финансовой грамотности реализуется по семи приоритетным направлениям:

- молодые родители (New parents: Money Box);
- школы (Schools: Learning Money Matters);
- молодежь (Young Adults: Helping Young Adults Make Sense of Money);
- программа на рабочем месте (Workplace: Make the Most of Your Money);
- информирование потребителей (Consumer communications);
- интернет-инструменты (Online tools);
- финансовые советы (Money advice).

Опрос 5300 британцев³, проведенный в 2005 г., показал, что многие не в состоянии заранее планировать свои финансы, не понимают природу возможных финансовых рисков и в случае экономического спада с высокой вероятностью окажутся в тяжелой финансовой ситуации.

Правительство США также в 2003 г. создало Комиссию по финансовой грамотности и образованию и специализированный интернет-ресурс⁴. В июле 2010 г. Конгресс Соединенных Штатов принял Закон о защите прав потребителей и создал Бюро по финансовой защите потребителей (Consumer Financial Protection Bureau (CFPB))⁵. Наряду с другими задачами Бюро должно содействовать финансовому образованию.

Организация экономического сотрудничества и развития начала межправительственный проект в 2003 г. с целью разработки общих принципов и стандартов финансового образования и финансовой грамотности.

¹ Danes, S. and H. Haberman, 2007: Teen Financial Knowledge, Self-Efficacy, and Behavior: A Gendered View, Financial Counseling and Planning 18.

² Organisation for Economic Co-operation and Development, Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies, November 2005 (ОЭСР, Повышение финансовой грамотности, анализ проблем и политики).

³ Financial Capability in the UK: Delivering Change.

⁴ <http://www.mymoney.gov/>

⁵ <http://www.consumerfinance.gov/the-bureau/>

В 2008 году ОЭСР создала международный портал по ФО¹, который выступает в качестве координационного механизма реализации образовательных, информационных и исследовательских программ.

Главные цели портала:

- стать глобальной информационной службой по ФО для сбора всеобъемлющей информации: данных, ресурсов, исследований и новостей по вопросам финансового образования и информации о программах во всем мире;
- повышать информированность и осведомленность по вопросам ФО во всем мире и обеспечивать распространение результатов исследований, передовой практики и инструкций по ФО;
- обеспечить доступ и обмен информацией, знаниями, опытом и навыками в области ФО;
- поддерживать создание Международной сети ФО за счет создания сетевого сообщества и обмена практикой участников сети;
- стимулировать разработку передовой практики и принципов повышения ФГ под эгидой ОЭСР.

Международная сеть финансового образования (INFE) также была создана ОЭСР в 2008 г. с целью:

- улучшать и расширять информированность о важности ФО во всем мире;
- способствовать обмену информацией и взглядами на программы, инициативы, проблемы, исследования и полученные результаты, связанные с ФО;
- содействовать обмену, разработке и развитию передовой практики и эффективных инструментов;
- обсуждения аналитической работы членов Международной сети, членов ОЭСР и других организаций, работающих в области ФО;
- обсуждения международных принципов и практики, разработанных под эгидой ОЭСР.

В рамках официальных встреч два раза в год, постоянного взаимодействия между членами Международной сети и создания специальных подгрупп экспертов INFE существенно расширила географию партнерства и тематические рамки по вопросам ФГ, в частности:

- созданы программы ФО в школах;
- разработаны методики для оценки эффективности программ ФО;
- в настоящее время насчитывается более 150 институтов из 75 стран, которые являются членами INFE ОЭСР.

Накоплен разнообразный международный опыт по повышению финансовой грамотности. В программы ФО вовлечены государственные организации, некоммерческие общественные организации, частные компании. В зависимости от функциональных особенностей указанных организаций и поставленных перед ними целей их деятельность охватывает различные аспекты информационно-образовательных программ, поддержки и защиты прав потребителей финансовых услуг.

¹ <http://www.financial-education.org>



В международной практике существуют программы, ориентированные на различные категории населения и целевые аудитории. Большая часть из них ориентирована на систему школьного и высшего образования. Другие — на экономически активное население, начинающих предпринимателей и представителей малого бизнеса. Отдельным направлением деятельности является повышение финансовой грамотности категории граждан с низким доходом или без высшего образования. Акцент для данной целевой группы сделан на ежедневном управлении личным бюджетом и финансовом планировании (например, Stay positive в Нидерландах и MoneyHelp в Великобритании)¹.

Повышение ФГ осуществляют как коммерческие, так и некоммерческие организации: профессиональные и общественные ассоциации или ассоциации по защите прав потребителей. Некоторые проекты разработаны для отдельных социальных групп, в частности программы управления финансами для молодых домохозяек (например, Financial literacy: Women understanding money)².

Различается и практика донесения информации до аудитории по способам и каналам информирования.

В ряде программ основным каналом повышения ФГ является Интернет (например, программа Dolceta³, действующая на территории ЕС).

В сотрудничестве с бюро «Помоги советом» была разработана программа для студентов 16—18 лет «Деньги имеют значение». Она включает базовые финансовые вопросы, такие как открытие банковского счета, кредитные и дебетовые карты и др. Эта программа использует интернет-технологии с разработанными интерактивными сценариями ролевых игр, описывающими разные аспекты управления личными финансами, и предназначена для онлайн-участия в малых группах. Участники получают специальные задания — «дилеммы» на свои компьютеры. Работая в малых группах, они изучают дилеммы, используя образовательную информацию, находящуюся на веб-сайте Talkingshop. Студенты общаются онлайн с советником по личным финансам из бюро «Помоги советом», который помогает студентам разобраться в коллизиях жизненных финансовых ситуаций. Эта же технология может быть использована и для обучения в школе, веб-сайт Talkingshop предлагает большой выбор опций для использования игр в образовательном процессе.

В других программах Интернет используется в комбинации с другими средствами обучения (FSA's Consumer Communications⁴ в Великобритании). В программах национального масштаба для более широкого охвата аудитории применяются возможности всех каналов передачи знаний, включая печатные издания, телевидение, радио, семинары, технологии «сарафанного радио». Пример — программы повышения финансовой грамотности Польши.

¹ Разработка инфраструктуры небанковских платежных агентов для повышения доступности финансовых услуг. «Экономика, предпринимательство и право». № 3 (3). 2011.

² Financial literacy: Women understanding money (Commonwealth of Australia), 2008.

³ <http://www.dolceta.eu/malta/>

⁴ <http://www.fsa.gov.uk/Pages/About/Who/index.shtml>

ОЭСР был подготовлен отчет о финансовой грамотности и краткий обзор конкретных программ повышения ФГ, где в форме кейсов описаны инициативы различных организаций, их программы и достижения¹.

В качестве проектов, которые можно рассматривать как удачные примеры программ повышения финансовой грамотности, были выбраны, в частности, следующие: «Ответственность за будущее» (США), «Финансы и педагогика» (Франция), «Финансовые водительские права» (Австрия), «Экономия пенсии» (Швеция), «Умей планировать свое будущее» (Польша), «Финансовая грамотность на работе: Заставь деньги работать» (Великобритания), «Деньги говорят!» (Венгрия), «Финансовая грамотность. Понимание денег» (Австралия) и др.

2.2. Участие бизнеса в повышении финансовой грамотности населения

Ряд ведущих международных банков и финансовых компаний активно участвуют в различных программах повышения финансовой грамотности, имеющих образовательные и социальные цели.

Основные целевые аудитории, на которые направлены подобные программы:

- молодежь, начиная со старших классов;
- студенты университетов;
- дети школьного возраста и их родители;
- активные люди среднего возраста, потенциальные и начинающие предприниматели
- социально уязвимые группы: женщины, этнические меньшинства и др.

Основные механизмы участия бизнеса в подобных программах:

- финансирование программ через гранты компаний;
- партнерство с некоммерческими организациями, занимающимися этой проблемой;
- создание специальных фондов, институтов, специализирующихся на вопросах повышения ФГ, как корпоративных, так и национальных;
- вовлечение сотрудников компаний в информирование, проведение семинаров, разработку учебных курсов;
- сотрудничество со СМИ;
- создание интернет-сайтов.

Программы, как правило, создаются с учетом культурной специфики той или иной страны или адаптируются под эту специфику. Далее дано краткое описание некоторых успешных практик, реализованных крупными международными компаниями.

Ситигруп (Citigroup Inc.) — крупнейшая международная корпорация, являющаяся одним из мировых лидеров в сфере финансового обслуживания, **создала специальный фонд Сити**², который поддерживает программы ФГ в 65 странах и предоставляет гранты некоммерческим организациям, а также реализует программы финграмотности.

¹ Survey of financial literacy schemes in the EU27.

² <http://www.citigroup.com/citigroup/corporate/foundation/>



Примеры реализованных программ:

- в Малазии, Сингапуре, Тайване изданы книжки комиксов для детей младшего и среднего школьного возраста, где главные герои на собственном опыте познают принципы обращения с деньгами;
- специальные программы просвещения по ипотеке в Чили и других странах Латинской Америки;
- образовательные программы в области финансовой грамотности, планы уроков для учителей и преподавателей вузов.

HSBS банк создал программу Global Education Program, направленную на финансовую грамотность молодых людей от 16 до 25 лет, а также на развитие финансовых компетенций женщин-предпринимателей¹. При их поддержке создан сайт: <http://www.yourmoneycounts.com/>.

Банк Америки — Меррил Линч² поддерживает программы, которые обучают молодых людей финансовой грамотности. Основные направления обучения: личные финансы, возможности инвестирования, долгосрочное инвестирование, предпринимательство. Студенты, обучающиеся в этих программах, организуют свой малый бизнес, создают студенческие кредитные союзы, изучают способы управления личными финансами, возможности инвестирования, долгосрочное планирование, азы предпринимательства и др. Сотрудники Меррил Линч проводят специальные учебные программы или выступают в качестве наставников студентов. Компания вкладывает в эти проекты разные виды ресурсов: финансовую поддержку, экспертизу, вовлечение сотрудников в качестве волонтеров, дает гранты некоммерческим организациям и создает партнерства с ними.

Специальный Фонд по финансовой грамотности (Investing Pays Off (IPO) помогает молодым людям ориентироваться в разнообразных финансовых возможностях³.

Большой опыт развития финансовой грамотности во всем мире у компании **Visa Inc**, которая поставила целью способствовать приобретению навыков финансовой грамотности 20 миллионов людей к 2013 г. Для этого Visa в том числе создала специальный сайт по ФГ⁴, включая материалы о бюджетировании, сбережении, банковских услугах, использовании банковских карт, управлении долгом, разумном способе покупок, безопасности в использовании карт и т.д. Также на сайте представлены различные финансовые игры⁵.

¹ <http://www.sife.org/Pages/Default.aspx>

² Merrill Lynch — до 2008 г. крупный американский инвестиционный банк (штаб-квартира — в Нью-Йорке), впоследствии был приобретен Bank of America и сейчас представляет собой подразделение данного банка (Bank of America Merrill Lynch).

³ Подробнее об Investing Pays Off (IPO) см.: <http://www.greenlining.org/resources/pdfs/1-IPOFactSheetwith2011.pdf>

⁴ <http://www.mymoneyskills.com/>

⁵ Российский вариант — Раздел «Мои Умные Деньги» — <http://www.visa.com.ru/?id=234>, созданный VISA для самого широкого круга пользователей Интернета, желающих повысить свою финансовую грамотность.

Примеры программ финансовой грамотности Visa в отдельных странах.

1. Программа повышения ФГ в Африке (2005—2010 гг.).

В Африке финансовая грамотность распространялась посредством создания демонстрационных мероприятий (спектаклей и интерактивных шоу), где аудитория получала основные финансовые навыки, такие как планирование бюджета, навыки экономии, открытие банковского счета, использование банкоматов, а также информацию по вопросам безопасности платежных систем.

Распространение информации опиралось на традицию «устного пересказа», сохранившуюся в Африке до сих пор: слушатели смотрят спектакль и учатся вместе с главными героями, следя за их судьбой, ошибками и победами в обретении финансовой мудрости (рис. 2.1)¹. Мероприятие в форме шоу носит образовательный и развлекательный характер. Оно исполняется так, чтобы слушатели понимали и запоминали ключевую информацию. В программе участвовали местные компании, муниципалитеты, университеты, колледжи, а также ученики средних школ. Своеобразные гастроли проводились в разных населенных пунктах африканского континента.

Цель этой программы заключалась в том, чтобы сделать понятным и доступным банковское обслуживание для большого числа жителей африканского региона. Эта программа нацелена на жителей, которые практически ничего не знают о планировании бюджета и сбережениях, о безопасности банковских систем.

Пилотные шоу стартовали в 2005 г., а за ними последовали выступления в Кении, Замбии и Ботсване и партнерские программы с Absa и Первым Национальным банком. В 2009 году Absa развивала свою инициативу финансовой грамотности в сотрудничестве с Visa.

Исследования (2007 г.) показали, что обучение потребителей через гастрольные поездки имеет большое воздействие, так как слушатели хорошо понимают и запоминают ключевую информацию. В 1646 заполненных анкетах, где респонденты отвечали на 10 вопросов о содержании шоу, 93% ответов были верными.



Рис. 2.1.
Шоу по повышению
ФГ в Южной Африке

¹ Более подробную информацию об этой программе вы можете найти на сайте Currency of Progress <http://www.currencyofprogress.com/#/FinancialLiteracy>



2. Игра «ФИНАНСОВЫЙ ФУТБОЛ». Данная игра была адаптированным вариантом американской версии, предназначенным для специального использования в ЮАР. Игра явилась хорошим дополнением к другим инициативам по финансовой грамотности Visa в ЮАР. Поскольку она является программным продуктом и основана на использовании Интернета, а коэффициент доступности Интернета в ЮАР — только 10%, она ориентирована на ту часть населения, которая имеет компьютер и доступ к Интернету (школьники, студенты и более обеспеченные слои населения).

Первая презентация состоялась в Старшей школе Сандрингема. Местный герой футбола Н. Эндрюс был комментатором, а местные легендарные футболисты А. Арэндзе и Л. Радебе играли в игру с 50 детьми, помогая ответить на вопросы и поясняя их (рис. 2.2).

Многие участники игры высоко оценили уровень всех мероприятий по ФГ, в число организаций, давших высокую оценку, входили Министерство образования, Ассоциация банков ЮАР, ФИФА, Министерство торговли и промышленности, руководство национальными кредитами, USAID. Игра «Финансовый футбол» была предоставлена различным партнерским банкам в пользование.



Рис. 2.2.
Кадры из игры
«Финансовый
футбол» в ЮАР

3. Кампания Visa в университетах Кении.

В 2008 году Visa провела кампанию по финансовой грамотности в Кении в сотрудничестве с Коммерческим банком Кении (Kenya Commercial Bank, KCB) и университетами в основных городах страны. Форумы проводились в Университете Найроби, Дейстаре и Стратморском университете.

Исследование кенийской молодежи, опубликованное Consumer Insight, показало, что они тратят 9 млрд шиллингов в год! Большую часть своих денег они расходуют на бутерброды, напитки, образовательные материалы и на телефонные разговоры. Основную часть этой суммы дают им родители. Далее в отчете говорится, что, хотя они контролируют все эти деньги, только 8% молодых людей имеют счет в банке — большинство в кооперативных и акционерных банках. Важно отметить, что население Кении на 60% составляет молодежь.

Цели проекта:

- обратить внимание на проблему низкой ФГ среди молодежи;
- научить пониманию разных аспектов планирования бюджета, сбережений и управления кредитами;
- уменьшить неуверенность в связи с использованием карт в повседневных операциях.

4. Проект финансовой грамотности Visa совместно с Советом по сотрудничеству стран Персидского залива. Данный проект заключался во внедрении концепции финансовой грамотности в среде педагогов и студентов путем сотрудничества с образовательными учреждениями и включения вопросов ФГ в учебные планы школ и колледжей.

Цели проекта:

- разработать первую программу ФГ в странах Персидского залива;
- обеспечить рост признания важности базовых навыков управления личными финансами;
- установить партнерские отношения с образовательными учреждениями, чтобы включить ФГ в их учебные планы.

До начала кампании Visa провела исследование в среде педагогов, чтобы понять отношение педагогов к возможности введения обучения навыкам управления финансами. В результате исследования были получены данные, позволившие разработать программы, соответствующие потребностям школ включить ФГ в учебные планы.

Запуск кампании финансовой грамотности сконцентрировался на следующих ключевых видах деятельности.

Работа со СМИ:

- определение подходящей местной платформы для запуска программы ФГ. Такой платформой стала выставка «Образовательные резервы и решения в странах Персидского залива» (GESS). Будучи ведущей образовательной выставкой в регионе, организованной Министерством образования, она позволила привлечь свыше 6000 педагогов из стран Ближнего Востока и обеспечила выход на заинтересованных лиц на высоком уровне;
- Visa провела пресс-конференцию в GESS, чтобы осветить ключевые моменты инициативы — интернет-сайт по ФГ на Ближнем Востоке и образовательную видеоролики «Финансовый футбол»;



- Visa также организовала поездку ведущего журналиста на ежегодный Саммит по ФГ в Чикаго в апреле 2010 г., что привело к росту освещения этой инициативы.

Привлечение партнеров:

- в настоящее время кампания по финансовой грамотности поддерживается Ассоциацией банков Кувейта и двумя крупнейшими банками Кувейта;
- в ОАЭ Visa также стала партнером Департамента по науке и человеческому развитию (KHDA) по финансовой грамотности.

Привлечение школ:

- Visa сконцентрировала усилия на системе образования, рассматривая молодых людей в качестве «проводников изменений», установила рабочие отношения для осуществления пилотных проектов по финансовой грамотности в школах, включая такие учреждения, как Колледж Дубай;
- мероприятия по ФГ были проведены в трех государственных школах, школе для мальчиков Аль-Махлаб, частной религиозной школе и школе Ахмед Бин-Рашед;
- игра «Финансовый футбол» также была реализована в ряде летних лагерей ИТЕС, которые состоялись по всей территории ОАЭ летом 2010 г.;
- был разработан уникальный комплекс учебных двуязычных пособий по ФГ для учителей. Он включает учебные материалы, рекомендованные вопросы для обсуждения и упражнения для учащихся.

Результаты проекта:

- с момента запуска программой было охвачено 76 674 человека, включая учителей, учащихся, государственных чиновников и широкую общественность;
- программа ФГ была успешно интегрирована в учебные планы ряда школ и летних лагерей;
- интернет-сайт MyMoneySkills.com набрал свыше 70 000 просмотров страницы;
- 6000 игр в финансовый футбол и брошюр были распространены среди учителей и школьников.

Программа финансовой грамотности — Национальный эндаумент для финансового образования¹ (США). В данной программе приняли участие ведущие финансовые компании США, а для ее реализации создан Независимый целевой фонд. Цель фонда — содействовать формированию позитивного отношения и ответственного и эффективного поведения по отношению к деньгам в юном возрасте.

- Были созданы программы «Твои затраты, твои сбережения, твое будущее: пособие для начинающих»: Your Spending, Your Savings, Your Future: A Beginner's Guide to Financial Readiness;
- Программа «Твои затраты» помогает оценить текущую финансовую ситуацию;

¹ National Endowment For Financial Education. Young Adults' Finances Poll.

- Программа «Твои сбережения» учит сберегать, инвестировать и планировать пенсионное будущее;
- Программа «Твое будущее» помогает поставить реалистичные финансовые цели, а также учит, как создавать свой бюджет, хорошую кредитную историю и избежать плохой, как открывать счета и балансировать свои дебит (кредит);
- при поддержке «Американ Экспресс» Национальным эндаументом создан банк данных¹ по финансовому образованию. Эти ресурсы представляют большую коллекцию образовательных материалов, которые направлены на помощь в организации и проведении программы ФГ для различных целевых групп. Данный информационный ресурс рассчитан на граждан, желающих получить информацию в области личных финансов.

Программа «Финансовая грамотность на протяжении всей жизни» Ассоциации австралийских банков. В борьбе за финансовую грамотность объединили усилия многие австралийские банки. Все они являются членами Ассоциации австралийских банков², которая объявила ликвидацию финансовой безграмотности жителей Австралии своей приоритетной целью.

Commonwealth Bank of Australia борется с финансовой неграмотностью в самых разных слоях австралийского общества с помощью программ, объединенных единым лозунгом: «Финансовая грамотность на протяжении всей жизни». Так, программа Student Banking предназначена для школьников.

Цель программы — поощрять юное поколение делать сбережения. Банк установил одну из первых в мире систем по электронному банкингу, предназначенную специально для школьников. Благодаря этой системе учащийся может управлять свои депозитом непосредственно с компьютера, установленного в школе. Только в 2005 г. ученики начальных классов около 3 тысяч школ сделали сбережения на 12 млн австралийских дол. При этом школы получили свыше 800 тыс. дол. в виде комиссионных за поддержку программы. Сотрудники филиала банка регулярно посещают школы, помогая учащимся проводить банковские операции и рассказывая им, как лучше управлять своими деньгами.

ANZ Banking Group выпустил брошюру по «финансовому фитнесу» для всех желающих пройти курс финансового ликбеза. В брошюре банк предлагает своего рода упражнения на умение управлять личными финансами и призывает к упорным занятиям по улучшению финансовой формы: «Нарастите свои денежные мускулы с помощью реалистичного бюджета», «Регулярные финансовые упражнения с долгосрочной целью — создание плана по сбережению», «Нарастите свою финансовую силу — создайте финансовые активы с помощью инвестирования», «Упражнения по ликвидации задолженности — сокращаемый и управляемый долг».

Еще одна программа предназначена для обучения новым банковским технологиям пожилых австралийцев. С этой целью Commonwealth Bank of Australia создал вместе

¹ Financial Education Clearinghouse.

² <http://www.bankers.asn.au/About-ABA/default.aspx>



с Советом по делам престарелых штата Новый Южный Уэльс (The NSW Council on the Ageing — COTA) партнерство, на основе которого был открыт онлайн-образовательный центр для пожилых жителей штата. Начиная с 1996 г. банкиры провели в центре более 2 тыс. семинаров, главная задача которых — научить престарелых граждан пользоваться электронным банкингом.

Национальный банк Австралии (National Australia Bank) стал предоставлять своим сотрудникам, желающим поработать в качестве волонтеров в некоммерческой организации, двухдневный дополнительный оплачиваемый отпуск. В среднем за год на весь штатный персонал приходится 6700 волонтерских дней, отработанных на благо общества и оплаченных за счет банка, сотрудники используют их в том числе, чтобы заниматься просветительской работой в области управления личными финансами в местном сообществе. Еще одно направление деятельности National Australia Bank — предоставление микрокредитов малоимущим австралийцам с целью оказания им помощи и постепенного включения в банковский сектор. В апреле 2006 г. банк объявил о выделении 30 млн дол. на мелкие кредиты (в том числе беспроцентные) для малоимущих семей.

Ассоциация австралийских банков и Ассоциация производителей зерна (The Grain Growers Association) выпустили совместную книгу «Финансирование фермы — практическое руководство для финансового роста»¹. Книга предназначена для обучения фермеров азам финансового менеджмента.

При поддержке бизнес-структур создано большое количество сайтов и порталов для молодежи, которые в том числе включают советы, успешные истории в области управления личными финансами, используют современные онлайн-технологии [1].

Участие бизнеса в обучении населения ФГ и формировании культуры ответственного и разумного финансового поведения является частью политики корпоративной социальной ответственности. Это может привести к значительным выгодам как для самих финансовых институтов, так и всего общества в целом. Для бизнеса финансово грамотный человек — это снижение рисков невозврата кредитов, приток новых потребителей, повышение активности текущих клиентов, развитие человеческих ресурсов.

2.3. Примеры программ финансовой грамотности для школьников

Особенностью зарубежных подходов к вопросам образования в сфере личных финансов и финансовой грамотности является то, что многие программы направлены на детей школьного возраста. Необходимость и важность рационального финансового поведения разъясняются с самых юных лет, а начало самостоятельной жизни ассоциируется не с началом трудовой деятельности, а с началом участия в различных сберегательных программах и пенсионных планах.

¹ Financing your farm: a practical guide to financial growth / [Alan Blackburn, Rod Ashby], [Sydney]: Australian Bankers' Association, 2006.

«Подъемы и спады на рынке, война и мир, здоровье и болезнь, браки и разводы — вот лишь некоторые взлеты и падения, через которые проходит в жизни каждый из нас. Заветная мечта каждой матери и отца — чтобы их дитя никогда не узнало, что значит изворачиваться, добывая очередной обед или ужин, или мучиться на ненавистной работе «ради денег». Инстинкт, предписывающий оберегать детей от экономических тягот жизни, порой мешает дать им необходимое финансовое образование. А ведь финансовая грамотность — оружие экономической самообороны».

Д. Годфри. «Как научить ребенка обращаться с деньгами»

Проблема интеграции финансового образования в существующие учебные программы актуальна для всех стран. Международные эксперты выделяют следующие основные причины, объясняющие необходимость такой интеграции:

- 1) возможность охватить обучением в юном возрасте все слои населения, независимо от социального и материального положения, тем самым основы знаний и навыков закладываются у целого поколения;
- 2) стремительно растет доля учащихся, которые начинают принимать финансовые решения в более раннем возрасте (карманные деньги, расходы на мобильный телефон, Интернет и т.д.);
- 3) именно в раннем возрасте закладываются не только основы культуры, но и стилизы к познанию и образованию на протяжении всей жизни.

Механизмы, позволяющие гармонично включить необходимые финансовые знания в программы обучения и образовательные стандарты, только формируются. При этом принципиально важным является актуальность, простота и доходчивость подаваемой информации, связь ее с реальной жизнью и возрастными интересами обучаемых.

Для формирования необходимых знаний у учащихся требуется эффективная система подготовки квалифицированных кадров и мотивационные механизмы вовлечения в процесс обучения ФГ как учащихся, так и преподавателей.

Большой интерес имеет практика комплексного подхода к финансовому образованию по схеме «дети-родители-педагоги», предусматривающая одновременную работу на всех трех направлениях при формировании программ, мероприятий и информационно-образовательных продуктов. Указанная схема реализовывалась в Великобритании, Канаде, США, Австралии, Сингапуре, Бразилии.

Представим подходы к повышению финансовой грамотности и финансовому образованию в школах в различных странах.

Великобритания — одна из наиболее продвинутых стран в области финансовой грамотности. В стране действуют около 500 программ национального или местного масштаба.

В Великобритании занятия, посвященные финансовому менеджменту домохозяйств, были факультативными. В настоящее время предмет «Личные деньги» планируется сделать обязательным в государственных школах. С 7 до 11 лет ученики будут осваи-



вать личные счета. С 11 до 14 лет в учебном плане — освоение информации о кредитных и дебетовых картах, займах, кредитах, основах экономики домашнего хозяйства. Помимо государственной поддержки многие банки ведут свои программы самостоятельно и намерены инвестировать в развитие образовательных проектов по ФГ.

В **Австралии** финансовое образование в школе не имело до последнего времени государственной поддержки. Сейчас формируются национальные стандарты по ФО для детей, начиная с дошкольных учреждений. Здесь главный упор делается на права и обязанности потребителя — учеников учат отстаивать свои права во всех учреждениях, где они платят деньги. В Австралии любят повторять: «Понимать деньги выгодно».

В рамках программы Understanding Money¹ («Как разбираться в финансах») проводится серия игр:

- Play Real — проигрывание жизненных ситуаций (возраст 8—10 лет);
- Make It Real — моделирование (в возрасте 10—12 лет и 14—16 лет);
- Get Real — применение навыков в реальной жизни (в возрасте 16—18 лет).

С программами финансовой грамотности связаны программы по развитию карьеры. В рамках проекта «Экономическая и финансовая грамотность» проводятся уроки в школах, игры с подростками, издаются руководства для родителей, тематические экскурсии по истории денег в «Музей денег».

Во **Франции** некоммерческая ассоциация «Финансы и педагогика» («Центр научных исследований ведения бюджета и финансов»)² занимается финансовым образованием различных целевых групп по темам: ведение домашнего бюджета, управление личными финансами. Учебные программы содержат тематические обзоры: деньги и взаимоотношения в семье, организация совместного управления семейным бюджетом, личные финансы, личное страхование, потребительское кредитование, финансовый план приобретения недвижимости, пенсионное планирование, наследование и передача собственности. А также разделы, посвященные фондовому рынку и инвестированию.

Продолжительность каждого модуля составляет от 2 до 6 часов. Теоретические знания закрепляются разнообразным дидактическим материалом.

Ассоциация имеет партнерские отношения со многими образовательными учреждениями. Все программы проводятся бесплатно — с участием или под контролем самих преподавателей. В них исключена какая-либо реклама и информация о конкретных финансовых учреждениях. Программы реализуются на двух уровнях: обучение преподавателей и их методическое сопровождение и обучение непосредственно студентов и школьников.

Программа «Финансы и педагогика» может служить примером успешной интеграции знаний в области личных финансов в курс математики. В курсе математики, в зависимости от возраста учащегося, формируются базовые понятия и навыки, связанные с управлением личными финансами (табл. 2.1).

¹ <http://www.financialliteracy.gov.au/media/209293/australians-understanding-money.pdf>

² <http://finances-pedagogie.fr>

	Курс математики 3 класс	Курс математики 4—5 класс	Курс математики 6 класс
Финансовые понятия	Доход (заработная плата, премии, пособия). Покупки (цены и их виды), услуги и цены на них	Покупки (цены и их виды, спрос и предложение), оптовые и розничные покупки, что выгоднее — купить или арендовать, покупка в кредит). Кредитная карта	Польза торговли, роль денег, доходы и карманные деньги, составление бюджета, расчет экономии на покупках. Банкноты, монеты, чеки, кредитные карты, сбережения
Финансовые навыки	Расчет скидки с цены, умение вести счет деньгам	Пользование банкоматом, расчет экономии по покупкам	Понимать разницу между текущим счетом и сберегательной книжкой, расчет налогов по заработной плате

Таблица 2.1.
Финансовые понятия и навыки в курсе математики (3—6 класс)

В США финансовая грамотность преподается во многих штатах не первое десятилетие, однако единой государственной программы не существует. Крупнейшим банкам и финансовым компаниям было предложено разработать программы по повышению ФГ, но требования к конкретному курсу устанавливает администрация штата. Курс по ФГ вводится как отдельный предмет либо же как часть другого курса, например экономики или математики. Комиссия по финансовой грамотности и образованию координирует работу более 20 агентств.

VISA при поддержке Национальной футбольной лиги разработала компьютерную игру «Финансовый футбол». В ней участники получают очки за правильные ответы на финансовые вопросы. Учащиеся должны знать не столько академическое определение, сколько понимать суть финансового термина. Например, «инвестирование» объясняется как «то, что делают с деньгами, чтобы заработать еще больше денег». Citigroup также предлагает онлайн-игру: занятия ведет сова из мультфильма в мантии и профессорской шапочке.

Одни программы учат пользоваться банковскими услугами, выбирать схему медицинского страхования и считать налоги. В других программах стараются привить подросткам ответственность за личные финансовые решения при пользовании кредитами.

Как замечает Н. Гудфри, финансист и автор сайта CFN (Children Financial Network)¹, большинство американских детей финансово безграмотны. Он ссылается на исследование, в котором приняли участие 4000 студентов колледжей. Около 70% из них провалились на элементарных вопросах о финансах. Если в крупных городах дети продемонстрировали удовлетворительный уровень знаний, то на периферии школьники

¹ <http://www.childrenfinancialnetwork.com/>



с большим трудом смогли высказаться на самые простые темы, имеющие отношение к финансам. При этом в 2001 г. американские тинейджеры потратили 175 млрд дол.

К решению задач финансовой грамотности были также привлечены местные университеты. Например, Университет штата Индиана при содействии восьми местных банков разработал программу, которая была названа Money Bus. В ее рамках преподаватели ездят по штату и проводят уроки финансового ликбеза в школах и лекции в общественных центрах¹.

С 1991 года газета Wall Street Journal выпускает специальное приложение-программу, которое снабжает детей и учителей новостями из мира бизнеса. Она каждую неделю поступает к 700 тыс. школьников. На эту программу также подписано более 5000 преподавателей. Цель программы — научить детей пользоваться экономическими новостями, чтобы распознавать тенденции в мире бизнеса. А с 1997 г. в США существует проект под названием Stock market game («Игра на бирже»), благодаря которому более 10 млн школьников обучаются созданию простейших инвестиционных портфелей. К данной программе могут подключиться дети в возрасте от 4 до 12 лет вне зависимости от места проживания.

Д. Годфри — одна из ведущих американских специалистов по работе с детьми в области финансового воспитания, активист движения за распространение среди молодежи азов ФГ — разработала программу финансовой подготовки к жизни² на основе возрастной периодизации психологического развития детей и подростков.

Министерством образования Чехии созданы стандарты финансовой грамотности — набор базовых понятий, в которых должен разбираться любой ученик начальной школы. Э. и М. Скоржеповы разработали пособия для средней и начальной школы.

На уроках по ФГ анализируется, сколько юный вкладчик может положить на счет и сколько потратить, чтобы не остаться с пустыми карманами. Дети решают, могут ли они позволить себе поехать в отпуск к морю или лучше провести лето на даче. Где выгоднее покупать продукты: рядом с домом, где все немного дороже, или в гипермаркете за 15 км. Как часто пополнять холодильник и что конкретно покупать, чтобы ничего не пропало. Дети пишут свои нехитрые недельные бюджеты, решая, сколько записать в строку «Мороженое», а сколько — в мобильную связь. «Иногда мамы-папы просто недооценивают роль карманных расходов: даже скромные суммы помогают нашим детям научиться оперировать деньгами», — говорит автор учебника по финансовой грамотности Э. Скоржепова.

Подготовка учителей ведется на специальных семинарах. «Некоторые педагоги, особенно в средней школе, вполне подготовлены. Но есть и такие, кто потихоньку подходил ко мне на переменах и спрашивал: «Не пойму, в чем разница между кредитом и долгом», — вспоминает автор учебника М. Скоржепов.

¹ Материалы сайта: http://finposter.ru/mir-economiki/ssha_pravitelstvo_zabotitsja_o_finansovoj_gramotnosti_nasjeljenija.php

² <http://www.independentmeans.com/>

2.4. Программы для низкодоходных групп взрослого населения

2.4.1. Проект «Финансовое образование для малоимущих»: от бедности — к процветанию

Инициаторы проекта «Финансовое образование для малоимущих» — организации «Микрофинансовые возможности»¹ и «Свобода от голода»² — начали с исследования рынка, чтобы определить приоритеты клиентов в области финансового образования.

И все-таки, почему финансовое образование?

«Семьи с различным уровнем доходов имеют схожие цели. Им необходима пища на столе, образование для детей, свое жилье, кроме того, все они строят планы на будущее. Быть малоимущим — значит иметь недостаточно средств на достижение этих целей. Для того, чтобы отложить даже незначительную сумму, малоимущим приходится быть не только очень экономными, но и располагать информацией о том, как наиболее правильно распорядиться деньгами. Именно финансовое образование предлагает им инструменты и открывает возможности для этого.

Потребность в таких инструментах становится все более острой по мере развития индустрии, сопровождающегося быстрым ростом количества поставщика услуг и разнообразием ассортимента продуктов. Реагируя на потребности жизненных циклов и давление рынка, с которым сталкиваются семьи с низким доходом, микрофинансовые продукты в настоящее время включают в себя жилищные кредиты и кредиты на обучение, текущие и срочные сберегательные счета, денежные переводы и страхование. Однако клиенты зачастую не понимают этих новых возможностей и не используют их себе во благо. Чтобы сравнить различные варианты и выбрать наиболее подходящие продукты, клиенты должны понимать, чем они друг от друга отличаются, как рассчитать и сравнить их стоимость и как определить, что они могут себе позволить».

Microfinance Opportunitites (www.microfinance.opportunitites.org)

Финансовое образование малоимущих направлено на обучение навыкам правильного обращения с деньгами в отношении заработков, затрат, сбережений и кредитования. Это позволяет грамотно разбираться в различных вариантах финансовых услуг, лучше распорядиться доступными ресурсами и повысить свое благосостояние. Организации «Микрофинансовые возможности» и «Свобода от голода» использовали результаты исследования рынка для разработки практического руководства, состоящего из пяти отдельных модулей. Затем был написан учебник по ФО, предна-

¹ Microfinance Opportunitites (www.microfinanceopportunities.org)

² Freedom from Hunger (www.ffhresource.org)



значенный для семей с низкими доходами в развивающихся странах. И в конечном итоге указанные организации провели пилотные программы в нескольких странах.

В процессе разработки учебника «Финансовое образование для малоимущих» в качестве партнеров были привлечены еще несколько организаций¹.

Для каждого из пяти модулей в учебнике предлагаются:

- краткое содержание, в котором приводятся описание темы модуля;
- справочник инструктора с пошаговыми рекомендациями по проведению учебных сессий модуля;
- руководство по подготовке инструкторов (РПИ) по финансовому образованию.

Инструкторы смогут использовать различные компоненты учебника для того, чтобы адаптировать эти материалы к потребностям своих клиентов.

Компоненты учебника представлены на рис. 2.3.



Рис. 2.3. Компоненты учебника «Финансовое образование для малоимущих»

2.4.2. Финансовое образование для населения с низкими доходами в Польше²

В качестве одного из пилотных проектов компаний Microfinance Opportunities³ и Freedom from Hunger при поддержке Citigroup Foundation в Польше при участии Микрофинансового центра Центральной и Восточной Европы был осуществлен образовательный проект «Планируй свое будущее». Проект продемонстрировал значительный потенциал в обучении малоимущих семей управлению финансами. По-

¹ Pro Mujer (Боливия), Teba Bank (Южная Африка), Al Amana (Марокко), Equity Building Society (Кения), SEWA Bank (Индия), CARD Bank (Филиппины) и Центр Микрофинансирования (Польша).

² www.mfc.org.pl/research/

³ www.microfinanceopportunities.org

сле пилотирования программы материалы были переведены на английский, русский и сербо-хорватский языки.

«Финансовое образование подразумевает: Обучение знаниям, навыкам и отношению, необходимому для того, чтобы принять на вооружение качественные методы управления деньгами для зарабатывания, использования, сбережения, кредитования и инвестирования, не забывая об экономических целях. Сочетание содержания экономического образования со стимулированием предпринимательского духа, что также подразумевает повышение осознания преимуществ финансового планирования. Повышение финансовой стабильности малоимущего населения. Доступ к передовым методам управления деньгами и банковским услугам для взрослого населения и подростков. Макроэкономическую стабилизацию, которая достигается благодаря увеличению сумм сбережений населения».

(Д. Себстад и М. Коуэн (2003) Финансовое образование для малоимущих, Рабочий документ № 1, MicrofinanceOpportunities)

В Польше в настоящий момент насчитывается 9 млн экономически активных малоимущих представителей взрослого населения. По данным исследования Международного финансового центра (МФЦ), большинство польских семей (домохозяйств) с низкими доходами управляют своими финансами в реактивной манере. Около 50% из них имеет значительные кредиты, в то время как только у 20% существуют хоть какие-то сбережения. Семинары по финансовому образованию являются хорошей основой, на которой можно строить развитие комплексных финансовых знаний и навыков. В обучении малоимущих акцент делался на определение стратегий, которые влияют на увеличение доходов, как наиболее действенный способ улучшения финансового благополучия. Большинство представителей этой целевой группы нуждается в регулярной поддержке и сопутствующих рекомендациях. Это, безусловно, подразумевает потребность в тесном сотрудничестве между неправительственными, общественными организациями и частными предпринимателями и особенно финансовыми организациями. Все эти организации, как оказалось, заинтересованы в продвижении финансового образования как составной части их миссии, рыночной стратегии или корпоративной социальной ответственности¹.

Образовательный пакет «Планируй свое будущее» призван удовлетворить основные потребности малоимущего населения в ФО. Он предназначен для организаций, оказывающих услуги по финансовому образованию, и содержит материалы для проведения семинаров по финансовому образованию (СФО). Пакет был разработан и опробован в сотрудничестве с представителями целевой группы. Целью СФО было ознакомление малоимущего населения с практическими аспектами финансового образования, убеждение участников семинара в необходимости планирования финансов семейных хо-

¹ Более подробная информация см.: «Обзор МФЦ». Михал Матуль и Катаржина Павляк, ноябрь 2005 г.



зайств и регулярных сбережений. Основным результатом семинаров стала разработка участниками финансового плана для своих семей, который содержал все компоненты, представленные на рис. 2.4.

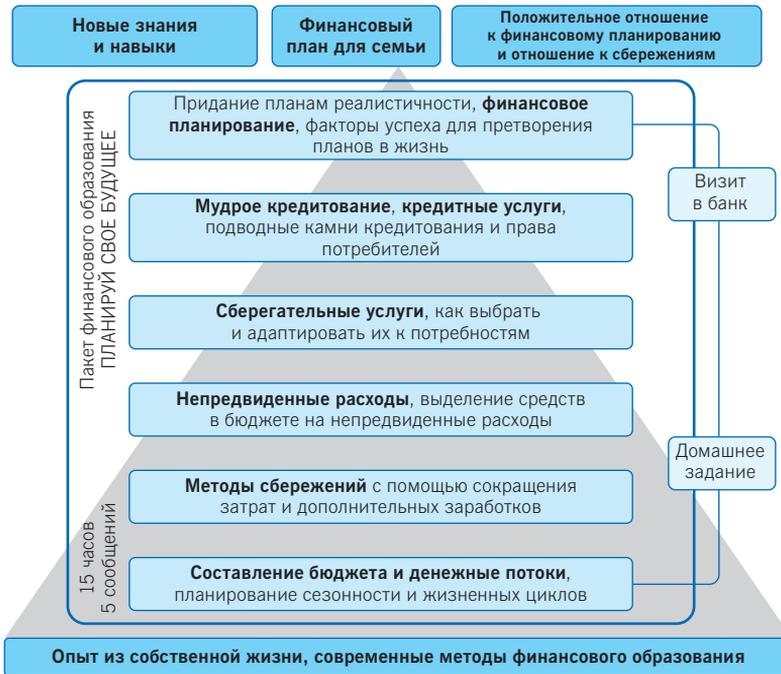


Рис. 2.4. Компоненты финансового плана развития

2.5. Программы финансовой грамотности на рабочем месте

Программы финансовой грамотности на рабочем месте становятся все более распространенными. Финансовое образование полезно как для сотрудников компаний, так и для работодателей. Исследования показывают, что данные программы:

- снижают абсентеизм работников, поскольку сотрудники, которые испытывают стресс из-за финансовых проблем, имеют большую вероятность заболеть и отсутствовать на рабочем месте;
- снижают уровень текучки кадров, повышают лояльность сотрудников;
- увеличивают продуктивность труда, удовлетворенность работой сотрудников.

Роль работодателей в реализации указанных программ:

- организация семинаров на рабочем месте;
- распространение брошюр, листовок;
- информация в Интернете;
- организация информационной кампании на предприятии.

Роль профсоюзов, отраслевых и бизнес-ассоциаций:

- распространение информации;
- мотивация работодателей;
- обмен опытом, проведение конференций;
- подготовка тренеров;
- включение материалов по финансовой грамотности в свои журналы и публикации;
- поддержка веб-порталов.

Один из наиболее успешных примеров — программа FSA «Управляй деньгами с наибольшей пользой». Программа представляет целостный подход к некоммерческому ФО сотрудников компаний на их рабочем месте через доступные ресурсы и семинары, которые проводят опытные профессионалы в области управления личными финансами. Она является частью более широкой национальной стратегии финансовой грамотности, которую реализуют совместно заинтересованные организации из финансового сектора, потребительские и волонтерские организации, регуляторы, правительства и СМИ. Программа FSA представляет сотрудникам информацию и обучение: бесплатные печатные материалы, CD, буклеты, необходимые контакты, а также семинары по тематике от ежедневного управления финансами до планирования пенсионных сбережений и др.

На пилотном этапе в ней приняли участие восемь компаний и было выпущено 20 тыс. буклетов, к концу первого года в программе приняли участие 220 тыс. сотрудников по всей Великобритании.

Характеристики образовательных семинаров на рабочем месте:

- проводятся опытными инструкторами-волонтерами (сотрудниками FSA), носят строго образовательный характер, их качество строго отслеживается, все учебно-методические материалы и слайды презентаций подготовлены и одобрены FSA. Также регулярно проводится повышение квалификации инструкторов и наблюдение за занятиями;
- продолжительность семинара — в среднем 1 час (45-минутная презентация и 15 минут для вопросов и ответов). Более эффективно проводить семинары в рабочее время, чем в свободное время после работы или в перерыв;
- содержат темы, интересные большинству участников: ежедневный менеджмент финансов, пенсионное планирование, бюджет, кредитование, страхование, сбережения и инвестиции. На семинаре также могут рассматриваться вопросы бонусов и других программ, предоставляемых работодателем.

2.6. Программа дистанционного образования

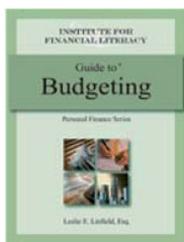
В 2002 году в Портленде, штат Мэн¹, была основана некоммерческая организация «Институт финансовой грамотности». Эта организация предлагает несколько про-

¹ <http://www.financiallit.org/>



грамм дистанционного обучения по управлению личными финансами разного уровня сложности. Институтом разработана серия «Личные финансы», состоящая из трех программ, при этом каждая следующая программа опирается на знания, полученные в ходе изучения предыдущего руководства.

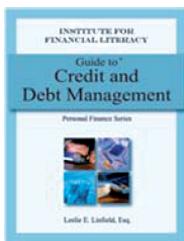
Цель этих программ: создать прочную основу для эффективного управления личными финансами.



Первая программа «Руководство по бюджетированию».

Программа показывает, что управление личным бюджетом является основой для достижения своих финансовых целей.

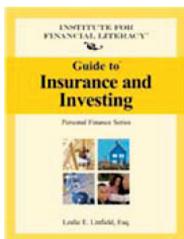
«Руководство по бюджетированию» знакомит с основами ведения личного бюджета, показывает способы улучшения текущего состояния, помогает сформулировать реалистичные финансовые цели.



Вторая программа серии «Руководство по кредитным продуктам и управлению долгом».

Программа показывает, что при грамотном использовании кредит может быть эффективным финансовым инструментом в достижении финансовых целей.

Руководство знакомит с правилами пользования кредитными продуктами, учит понимать права и обязанности сторон в рамках кредитного договора, учит рассчитывать и оценивать долговую нагрузку на бюджет, помогает разработать стратегии сокращения задолженности доступными законными способами.



Третья программа «Руководство по страхованию и инвестициям».

Программой предусмотрено: изучение различных инвестиционных инструментов, разработка инвестиционной стратегии достижения финансовых целей, развитие навыков управления инвестиционным портфелем, изучение способов страховой защиты и управления рисками.

Институт финансовой грамотности оказывает услуги по финансовому консультированию, в том числе в ситуациях, связанных с процедурой банкротства физического лица. Он проводит ряд образовательных программ и семинаров в сфере личных финансов. Выступает организатором ежегодных конференций по теме ФГ и планомерно формирует профессиональное сообщество, являясь центром исследований и разработок в сфере личных финансов и финансовой грамотности.

2.7. Национальные программы повышения финансовой грамотности: пример Польши и Казахстана

«Знания о том, как составлять бюджет, осуществлять сбережения и разумно использовать кредит, — то же самое, что вождение автомобиля без превышения скорости, использования ремня безопасности и остановки на красный свет. И то, и другое резко повышает шансы на то, что вы спокойно доберетесь до цели своего путешествия».

Д. Мичелман, VISA Inc.

Согласно докладам Европейской комиссии (2008)¹, проблема «финансового исключения»² в странах Европы довольно существенна:

- 20% взрослого населения в странах ЕС — 15 и 47% в странах — новых членах ЕС — не охвачены банковскими услугами (например, 56% жителей Польши не имеют банковского счета);
- от 40 до 70% жителей не имеют доступа к револьверным кредитам (кредитные карты и овердрафт не используют 60% польского населения);
- от 30 до 54% европейцев не планируют и не имеют сбережений.

2.7.1. Финансовое образование в Польше: обзор структуры, организации, каналов доставки и информации

Яркий пример того, как государство в лице Центрального банка выступило инициатором национальной программы повышения финансовой грамотности, является Польша. Программа идет уже несколько лет и ежегодно на нее тратится в среднем 6—10 млн евро. В Национальном банке Польши (НБП) создан специальный отдел финансового образования, в котором работает 7 человек.

Польша изначально построила свою программу через партнерство с бизнесом и общественным сектором. Государство совместно с бизнесом координирует и финансирует этот проект. Бизнес также представляет экспертные знания и опыт, добровольцев для проведения обучения в рамках программы. Основными партнерами НБП стали Фонд Сити и образовательная неправительственная организация «Достижения молодых». Создана система сертификации для любых образовательных проектов коммерческих организаций в сфере личных финансов, которая позволяет четко отделить маркетинг от просвещения и закрывает возможность для коммерческих структур продавать свои услуги под видом программы повышения ФГ.

¹ «Attitudes to Saving in Poland» — report of the Leopold Kronenberg Foundation and the Financial Supervision Authority, Pentor, October 2008.

² Под «финансовым исключением» здесь понимается недоступность финансовых продуктов.



В программе также выделены основные целевые аудитории и соответственно им подбираются формы и каналы донесения информации.

Интересный факт: в программе участвуют даже священники, поскольку во многих сельских местностях это те люди, к кому в первую очередь обращаются за советом в критической ситуации. Поляки по своим привычкам в отношении личных финансов не сильно отличаются от россиян, всего лишь 7% делают сбережения на регулярной основе, 35% не планируют свои расходы заранее, более 40% не задумываются о доходе на пенсии. Это говорит о недостаточном финансовом обеспечении части населения и о неумеренном потребительстве среди финансово обеспеченных граждан, о неумении управлять финансами и формировать сбережения.

Поэтому одна из первейших задач программы ФГ в Польше — стимулирование граждан делать сбережения.

Показатели финансовой грамотности населения в Польше:
 7% регулярно откладывают средства;
 11% полагают, что лучше всего держать деньги дома;
 12% пользуются услугами интернет-банкинга;
 35% не планируют расходы;
 43% не задумываются об увеличении размера пенсионного дохода;
 44% никому не доверяют в вопросах инвестирования средств;
 49% не имеют счета в банке;
 55% не имеют сбережений;
 73% не понимают разницы между кредитной и дебетовой картами.
 Attitudes to Saving in Poland — report of the Leopold Kronenberg Foundation and the Financial Supervision Authority, Pentor, October 2008

Ниже приведен обзор нескольких примеров распространения финансовых знаний в Польше.

«Золото для отважных: поляки и деньги» (Национальный Банк Польши (февраль 2006 г.)).

В основе программы формат, который использовался продюсерами на голландском телевидении для аналогичных общенациональных ТВ-шоу. Программа представлена в формате передач общенациональных ТВ-шоу (продолжительность 120 минут на канале TVN¹). Зрители могли проверить свои знания в вопросах личных финансов. Уровень сложности при проверке финансовых знаний был рассчитан на среднего зрителя, и для повышения привлекательности каждый вопрос иллюстрировался отрывком из популярной комедии или эстрадного шоу.

Для проведения шоу была оформлена большая ТВ-студия, где разместили 100 игроков, знаменитостей и организаторов шоу. В студии шло состязание: четыре команды

¹ TVN — популярный частный ТВ-канал Польши.

боролись за ценный приз. Каждую из команд возглавляли по две знаменитости с канала TVN. Было выбрано несколько сфер экономики, среди которых деньги и денежная политика, личные финансы (сбережения и инвестиции). Вопросы формулировались таким образом, чтобы не только донести знания, но и заинтересовать зрителей, привлечь внимание аудитории к разным аспектам личных финансов. Конкурс проводился не только в студии, но и в Интернете. В качестве главного приза компания-спонсор выделила автомобиль.

«Всегда следует помнить о следующем: в любых программах люди, и потребители финансовых услуг в том числе, не любят присутствия «говорящих голов». Обычно они ждут чего-то очень практичного и полезного, либо развлечения».

М. Полак, Futuredu & Think! Institute Foundation, Варшава)

Шоу просмотрели около 8 млн зрителей. 102 тыс. посетителей Интернета выполняли задания теста одновременно с трансляцией шоу по каналу TVN. Было выпущено 10 образовательных статей в главной ежедневной газете *Gazeta Wyborcza* и одном из наиболее влиятельных еженедельников *Wprost*. Веб-сайт www.zloty.onet.pl посетили 250 тыс. человек.

Радиoprogramмы, посвященные вопросам личных финансов, которые транслировались по третьей программе польского радио, в среднем слушали около 750 тыс. человек. В 2500 средних школ был разослан специальный комплект материалов. Он включал в себя игровой сценарий для урока, посвященного личным финансам. Учащимся во время урока предлагали решить задачу. Для поощрения соревновательности в каждом классе формировалось по четыре команды. Задание выполнили около 53 тыс. учащихся.

В ходе рекламной кампании на канале TVN 227 раз были показаны рекламные ролики, причем интенсивность их показа была в среднем на 50% выше, чем в обычной рекламной кампании. Программа «Золото для отважных» в среднем привела к повышению уровня знаний на 5,62% (после просмотра). Спустя 2 недели этот показатель был оценен с помощью еще одного теста — уровень знаний был выше в среднем на 2,96%. Среди молодежи прирост знаний достигал 10,11%.

Образовательно-просветительская кампания «Портрет польского кошелька» (2006—2007).

Образовательная кампания «Портрет польского кошелька» продолжительностью 3,5 недели была посвящена личным финансам. Она была начата в период Рождества и новогодних праздников, трансляция осуществлялась по четырем ТВ-каналам станции TVN.

Цель — сосредоточить внимание граждан на «непопулярной» в период Рождества теме: сбережениям и ответственному финансовому поведению, включая разумный подход к совершению расходов. Для привлечения зрительской аудитории были сняты



ролики социально-образовательной рекламы: краткие интервью с популярными медийными персонажами, которые объясняли, почему (и как) они стараются экономить в этот период. Каждый сюжет продолжался до 90 сек, и зрители легко могли убедиться в том, что знаменитостям приходится решать те же проблемы, что и им самим.

Акцентировались проблемы, актуальные для большинства граждан: что лучше иметь в кошельке — кредитную карту или наличные деньги, в чем преимущества ведения домашнего бюджета, как делать сбережения и инвестиции, какой кредит взять для покупки квартиры и т.д.

Шесть роликов вышли в эфир 266 раз на четырех ТВ-каналах TVN. Зрительская аудитория очень позитивно восприняла такую форму подачи информации по финансовой грамотности. Согласно оценкам, более 10,5 млн человек посмотрели не менее трех из шести сюжетов. После этого просмотра уровень знаний у взрослых повысился на 13,9% (а через 2 недели после просмотра программы — на 11,8%), у молодежи — на 18,6% (спустя 2 недели — на 19,8%)

«Неделя сбережений» в Польше (Фонд Кроненберга, Think! Institute (2007—2011)).

Начиная с 2007 г. Международный день сбережений является кульминацией общественной информационной кампании «Неделя пропаганды сбережений», которую организуют Фонд Л. Кроненберга под патронажем Комиссии по финансовому надзору Польши. Банки и другие финансовые учреждения также организуют мероприятия, призывающие делать долгосрочные сбережения на будущее.

Акция начинается в сентябре и заканчивается Международным днем сбережений (31 октября), который становится кульминацией образовательных мероприятий.

Цель кампании — побудить поляков делать сбережения, активно использовать личные финансовые ресурсы с целью увеличения своего благосостояния. Целевая аудитория — молодежь в возрасте 18—25 лет.

Краткий обзор реализованных мероприятий:

- создание интернет-портала «Новая Неделя пропаганды сбережений»;
- проведение конкурса инновационных роликов — 366 конкурсных работ;
- «видеоэнциклопедия» — в результате конкурса была сформирована галерея образовательных видеоматериалов, созданных участниками;
- материалы для учителей и учащихся для проведения уроков в школах;
- обследование общественного мнения и доклад-исследование дало весьма интересные, в некоторой степени «сенсационные» результаты, которые были представлены во время пресс-конференции;
- связи со СМИ: сотрудничество с 1-й программой государственного радио и журналом «Польский Newsweek», который вышел со специальным образовательным вкладышем;
- пресс-конференция представителей Citi Handlowy и Комиссии по финансовому надзору;

- создание специального веб-сайта, где размещены многочисленные образовательные ресурсы в сфере ФГ, несколько программ в СМИ, освещавших «Неделю сбережений».
- Результаты программы:
- в 2010 году в акции приняли участие 234 школы (более 166 тыс. учащихся);
 - 2000 школ получили образовательные и информационные материалы;
 - в 2008—2010 гг. создано более 800 учебных фильмов и 250 презентаций для дистанционного обучения, посвященных личным финансам;
 - до и после теста с использованием материалов акции уровень финансовых знаний вырос на 31%;
 - зафиксировано 119 тыс. посещений специального сайта www.TdO.edu.pl, где размещены многочисленные образовательные ресурсы по финансовой грамотности;
 - несколько десятков молодых независимых кинематографистов подготовили фильмы о сбережениях для «вирусного маркетинга»;
 - состоялась общенациональная кампания на крупнейшей радиостанции с аудиторией численностью более 7 млн слушателей.

«Мои финансы» (Национальный Банк Польши, Фонд Кроненберга¹, Junior Achievement (2004—2010)).

«Мои финансы» — крупнейшая программа финансовой грамотности в польских школах для обучения подростков и молодежи (15—17 лет) эффективному управлению личными финансами.

В ходе подготовки программы учитывалось несколько важных факторов:

- слабое осознание молодежи, что хорошее ФО играет важную роль в частной жизни и профессиональной карьере;
- низкий уровень культуры сбережений;
- невнимание к вопросам ФГ в программах государственной системы образования;
- огромный объем информационного материала с использованием экономического жаргона или рекламного материала;
- отсутствие информационных материалов по данной тематике в СМИ с использованием обучающей, образовательной компоненты.

Программа вводится на 2-й или 3-й год обучения в старших классах. Цикл из 15 уроков или три однодневных семинара с участием разных классов (форма проведения программы в школе зависит от конкретных местных условий). Для проведения программы учителя прошли подготовку в ходе четырех однодневных занятий. Всего за первые три года было проведено 504 семинара. В программе приняли участие свыше 372 тыс. подростков — учащихся средних классов (2004—2010 гг.); 2500 учителей прошли подготовку и повышение квалификации по методике проведения уроков, посвященных личным финансам.

¹ www.kronenberg.org.pl



Пример программы тематики «Мои финансы» приведен в табл. 2.2.

Тематический раздел	Базовые понятия
«Познакомься с банком»	Деньги: «из копилки — на банковскую карту» Откуда берутся деньги в банке? Центральный банк и коммерческие банки
«Мои инвестиции»	Как заработать на фондовой бирже Инвестиционные фонды
«Инвестиции в будущее»	Право на пенсию Моя пенсия Выбор пенсионного фонда

Таблица 2.2.

Тематика программы
«Мои финансы»

Методическое руководство учителя содержит следующую информацию:

- цели уроков;
- обзор и методические рекомендации по проведению уроков;
- перечень целей обучения (для учащихся);
- раздаточные материалы и наглядные пособия;
- советы по взаимодействию со специалистами банка.

Набор качественных материалов по каждому модулю позволяет учителям выходить за рамки привычной методики и обучать на примерах. В популяризации программы также используются школьные плакаты, мультфильмы, учебные блокноты для тренировки в планировании и управлении личными финансами.

В результате учителя стали лучше готовы к организации уроков, посвященных личным финансам; в среднем уровень знаний участников повысился на 5—11%.

В 2009 году в 14 школах Варшавы был организован небольшой образовательный эксперимент: ученикам (13—15 лет) предложили подготовить собственные подкасты, посвященные вопросам личных финансов, главным образом — сбережениям и инвестициям. В ходе небольшого конкурса было представлено около 30 подкастов.

Образовательный веб-портал и платформа для дистанционного обучения (Национальный банк Польши, 2004—2011).

Все образовательные программы НБП объединены под «зонтиком» NBPortal.pl («Портал экономического образования»)¹, который является одним из крупнейших в мире ресурсов, посвященных экономическому образованию. Портал позиционируется как ресурс, где люди могли бы найти надежную информацию и практические знания по личным финансам. Там же предлагаются курсы дистанционного обучения, онлайн-новые игры, мультимедийные презентации, планы уроков, статьи, словарь экономических терминов, значительная база знаний. NBPortal.pl очень популярен: в пиковый период (2006) ежемесячно его посещали около 100 тыс. интернет-пользователей, а в дистанционных курсах участвовали более 100 тыс. учащихся.

¹ <http://www.nbportal.pl/pl/np>

Мультимедийный глоссарий экономических понятий (Фонд Nauka i Wiedza и НБП, 2004—2009).

Один из наиболее популярных инструментов для обучения учащихся средней школы — мультипликация: используются анимационные сюжеты продолжительностью в среднем по 8 мин, каждый из которых иллюстрирует содержание того или иного экономического понятия. Многие мультфильмы посвящены финансовым вопросам: кредиту, сбережениям и инвестициям, страхованию, процентным ставкам, выходу на пенсию, электронным платежам. Всего на средства НБП было снято 36 анимационных сюжетов; они представляют собой оригинальный и уникальный мультимедийный глоссарий экономических понятий. С 2004 года в образовательных проектах на базе этого ресурса приняли участие более 25 тыс. учащихся.

«Уроки экономической теории» (THINK GLOBAL & MILLIONYOU 2010/2011).

«Урок экономической теории» — интерактивный мультимедийный комплект программного обеспечения в помощь учителям для подготовки к занятиям по экономической теории и финансовой грамотности. Он распространен более чем в 1000 школах Польши.

«Мы полагаем, что это помогает нашим ученикам разбираться в сложных экономических понятиях; теперь они лучше понимают, как можно начать бизнес. Наши уроки стали более интересными и приближенными к практике», — сообщил учитель из города Люблин. «Я опробовал этот пакет и знаю, что он будет для меня очень полезен при ведении уроков», — заявил другой.

«Прекрасная мысль — совместить мультимедийные средства, раскрывающие экономические понятия, с тестами, посредством которых проверяют знания учащихся во время урока», — одно из сообщений по электронной почте, полученное от учителей в феврале 2011 г.

«Pret-a-Porter»: обучающая игра (Национальный Банк Польши, 2010).

«Pret-a-porter» — польская настольная игра, предназначенная для всей семьи. В ее основе — идея создать игру, которая учила бы семьи управлять денежными средствами на рынке. Игроки — «владельцы» известных мировых Домов моды, которые конкурируют друг с другом. Побеждает игрок с максимальной суммой средств на счету. Хотя сюжет игры связан с управлением компанией, ее ценность в том, что она учит эффективным методам инвестирования, планирования и сбережения. Эти знания могут применяться членами семьи в повседневной жизни.

2.7.2. Программа повышения инвестиционной культуры и финансовой грамотности населения в Казахстане

Казахстан принял программу повышения финансовой грамотности населения в 2007 г. Цели программы — предоставление гражданам базовых знаний в области использования различных финансовых инструментов.



Казахстанцы изучают и широко применяют лучший мировой опыт в сфере финансовой грамотности, в частности подход, который в Европе назвали «эдутэймент», от сочетания слов «образование» и «развлечение». В Казахстане также поняли, что только «говорящие головы», вещающие с экранов о финансовой грамотности, вряд ли будут восприняты населением, и разработали специальные программы: телевизионные викторины и интеллектуальные игры, посвященные теме личных финансов, в которых задаются вопросы от знаменитостей, моделируются финансовые ситуации.

Обучение казахстанцев основным навыкам управления личным бюджетом подразумевает навыки самостоятельной оценки рисков, грамотное использование финансовых возможностей, навыки составления финансовой стратегии для роста личного благосостояния. Программа также направлена на увеличение количества и качества источников получения информации, необходимой для повышения ФГ (информационных центров, СМИ, интернет-ресурсов, соответствующей литературы и т.д.).

Ниже представлены примеры реализованных программ и мероприятий по финансовой грамотности в Казахстане.

«Азбука капитала» (телевизионное ток-шоу).

«Азбука капитала» выходит в эфир в формате «вопрос-ответ» по тематике рынка ценных бумаг, инвестирования, формирования сбережений, страхования и пр. Программы проходят с привлечением экспертов казахстанского фондового рынка, с участием известных личностей. Каждый выпуск «Азбуки» посвящен одному конкретному финансовому инструменту. Доступным языком, на наглядных примерах рассказывается о его назначении и применении в повседневной жизни, даются мнения аналитиков и советы экспертов.

«Умная игра» (интеллектуальное телевизионное ток-шоу).

«Умная игра» — первая в Казахстане интеллектуальная игра, посвященная теме финансов.

Она проходит в три основных тайма:

- 1) блиц-вопросы на финансовую тематику;
- 2) задачи по моделированию финансовых ситуаций;
- 3) вопросы от знаменитостей.

Победитель переходит в следующий отборочный тур, а самый умный казахстанец по результатам игр сезона получит приз в размере 1,5 млн тенге. Зрители, находящиеся в студии, тоже имеют возможность выиграть приз, предлагая оригинальные решения на финансовые задачки.

«Финансовый барометр» (программа на телевидении).

Программа «Финансовый барометр» представляет краткий аналитический комментарий к изменениям стоимости акций компаний, входящих в казахстанский фондовый индекс KASE. Программа направлена на формирование интереса

к рынку ценных бумаг Казахстана. Республиканский охват вещания телеканала «Хабар», а также время выхода программы в прайм-тайм в период трансляции вечернего новостного блока является показателем большого охвата телевизионной аудитории. Рубрика «Финансовый барометр» публикуется в общенациональной газете «Казахстанская правда» и освещается в еженедельных финансовых передачах «Экономический Казахстан» и «Бизнес-обзор». В стране также выпускались журналы: «Наши деньги в Центральной Азии», «Финансовый обозреватель», подростковый журнал «Карман», «Личные деньги». Информационные материалы размещались в популярных изданиях страны. Обучающие газеты «Fingramota.kz» и «Қаржылық сауаттылық» распространялись бесплатно по всей территории республики.

Информационно-образовательные семинары (на казахском и русском языках).

Семинар «Как управлять деньгами» отвечает на вопросы: что такое семейный бюджет и как его планировать? Как контролировать доходы и расходы? Как спланировать обучение ребенка, семейный отдых — и т.д.

Семинар «Жизнь в долг» освещает тему кредита: виды (автокредитование, ипотека, потребительский кредит и т.д.), условия кредитования, выбор финансовой организации, оформление кредита, исчисление суммы кредита, погашение кредита, неплатежеспособность, кредитные карточки, информация о кредитной истории.

Семинар «Мой первый капитал» рассчитан на подростков 16—18 лет. Цель — донести информацию о финансовых организациях, их роли в будущей взрослой жизни, обучить правильному расходованию денег, планированию будущего, умению сберегать и управлять сбережениями.

Семинар «Защита потребителя» обучает защите от мошеннических действий в деловой деятельности, снижению риска кражи персональных данных, основам страхования денежных вложений, жизни, машины, дома, основам исчисления конечных сумм кредитов, депозитов и т.д.

Семинар «Беззаботная старость» призван помочь спланировать выход на пенсию, выбрать пенсионный фонд, предоставить необходимую информацию обо всех возможностях пенсионного сбережения, добровольных пенсионных взносах, преимуществах пенсионного сбережения (отдых, лечение, приобретение материальных благ и т.д.).

На семинаре «Я — инвестор» предоставляется практическая информация о таких понятиях, как депозиты, ценные бумаги, пенсионные фонды, паевые инвестиционные фонды, долевое участие при строительстве жилья, разъяснение преимуществ и недостатков по каждому виду инвестирования, навыки обращения с инструментами инвестирования, умение давать в долг, страхование вложений, обучение получению прибыли за счет движения денег, информация о фондовом рынке и его участниках.



Информационно-образовательные центры (ИОЦ).

Информационно-образовательные центры располагаются на базе Казпочты. Основная деятельность ИОЦ — предоставление всем желающим бесплатных консультаций по финансовым вопросам и проведение обучающих семинаров. Центры оснащены техникой, в том числе доступом к веб-сайту программы повышения ФГ, информационными стендами, брошюрами и др. На данный момент на территории Республики Казахстан функционирует 17 информационно-образовательных центров.

В республике был создан пресс-центр, основная задача которого — обеспечить информационную поддержку программы. В деятельность пресс-центра входит:

- ежедневная работа с целевыми СМИ (инициирование публикаций, контроль за их размещением и т.д.);
- установление регулярных отношений с экспертами (представителями банковского сектора, крупных предприятий, властных структур, научного сообщества, журналистами и лидерами общественного мнения).

Специализированный веб-сайт www.fingramota.kz

На сайте www.fingramota.kz представлена информация:

- как спланировать семейный бюджет;
- как правильно выбрать кредит;
- во что вложить деньги, чтобы они сохранялись и приумножались;
- база данных о всех видах и условиях предоставляемых финансовых услуг в Республике Казахстан;
- различные виды калькуляторов для проведения расчетов при получении кредита, оформлении депозита и других видов финансовых услуг и многое другое.

Кроме того, на страницах данного веб-ресурса можно найти материалы, выпускаемые в рамках национальной Программы повышения ФГ.

2.8. Рекомендации ОЭСР по повышению уровня ФГ

Изучение международного опыта позволяет сделать выводы о том, что для создания программы повышения финансовой грамотности крайне важна координация усилий между различными организациями и секторами, так как каждый из них может внести вклад в сфере своей компетенции. Во-вторых, необходимо задействовать все имеющиеся коммуникационные средства — Интернет, телевидение, печатные СМИ, социальные сети, почту, поскольку разные аудитории предпочитают различные каналы информации.

Опыт реализации программ в области повышения ФГ также показывает, что информационный посыл эффективен, если будет повторен многократно и по разным каналам. В-третьих, предоставляемая информация должна быть максимально практической и полезной, например, информирование о том, как сберегать более эффективно, т.е. должна быть возможность применения полученных знаний. Программа финансовой

грамотности должна готовить человека к жизненным событиям, таким как создание семьи, рождение детей, образование, выход на пенсию, помогать сравнивать альтернативы, их риски и доходность и, конечно, понимать, как вести себя в сложных или непредвиденных ситуациях.

«В ответ на растущую озабоченность правительств стран-членов ОЭСР в связи с негативными последствиями низкого уровня финансовой грамотности, в 2003 г. в ОЭСР на высоком уровне был инициирован комплексный проект по вопросам финансового образования. Настоящий проект, разработанный под эгидой двух комитетов ОЭСР (Комитета по финансовым рынкам и Комитета страхования и частных пенсий), охватывает широкий спектр связанных с этой проблемой вопросов.

В июне 2006 г. Министры финансов Группы 8 (G8) заявили о своем признании работы и деятельности ОЭСР в области финансового образования. В частности, они «признали важность улучшения финансового образования и уровня финансовой грамотности людей в целях расширения возможностей использования финансовых услуг и принятия эффективных решений в вопросах, связанных с их нынешним и будущим благосостоянием. [Они] приветствовали текущую работу ОЭСР в рамках Проекта по вопросам финансового образования и призвали к дальнейшей разработке рекомендации по вопросам финансовой грамотности на основе передовой практики».

В связи с последствиями финансового кризиса вопросы финансовой грамотности и образования получили новый импульс. В настоящее время политические деятели во всем мире все больше признают важность финансового образования не только как значимого жизненного навыка, но и как ключевого компонента финансовой и экономической стабильности и развития. В связи с этим ОЭСР расширил свой проект за счет создания в 2008 г. Международной сети финансового образования и Международного узла по финансовому образованию, первой международной информационной службы по финансовому образованию».

А. Лабуль, Начальник отдела по финансовым вопросам, Руководитель международной сети финансового образования, Директорат по финансовым вопросам и вопросам предпринимательства ОЭСР¹

ОЭСР разработал ряд рекомендаций по повышению эффективности программ финансового образования, включая следующие:

- программы ФО должны быть сосредоточены на наиболее актуальных аспектах, таких как кредит, долги, пенсии и т.д.;
- ФО должно учитываться в нормативной и административной базе и рассматриваться в качестве инструмента, способствующего экономическому росту, повышению стабильности, а также в процессе регулирования деятельности финансовых учреждений и защиты прав потребителей;
- национальные образовательные кампании должны быть направлены на то, чтобы повышать степень информированности населения;
- ФО должно начинаться в школе;
- роль финансовых учреждений в ФО следует поощрять; она должна стать элементом их эффективного управления в отношении их финансовых клиентов. Следует поощрять подотчетность и ответственность финансовых учреждений не только применительно к информации и консультациям по финансовым вопросам, но также

¹ <http://www.oecd.org/dataoecd/61/47/46238948.pdf>



в связи с повышением уровня финансовых знаний их клиентов, особенно в отношении долгосрочных обязательств и обязательств, представляющих существенную часть текущего и будущего дохода;

- необходимо поощрять разработку методологий оценки существующих программ ФО и рассмотреть возможность официального признания программ ФО, которые отвечают соответствующим критериям;
- для того, чтобы учесть разнообразные характеристики инвесторов (потребителей), следует поддерживать финансовое образование, в рамках которого создаются разные программы, предназначенные для конкретных категорий граждан (например, молодежи, лиц с низким уровнем образования, малоимущих);
- учитывая потребности юрисдикции, процессы оценки должны, помимо прочего, предусматривать: более систематичный подход к оценке рисков, оценку уровня грамотности населения, а также потребностей в образовании;
- акцентировать моменты, стимулирующие обучение, которые имеют место на разных этапах жизненного цикла человека (начало трудовой деятельности, приобретение дома, вступление в брак, рождение детей и т.п.).

Финансовое образование применительно к кредитованию призвано помочь гражданам:

- сформировать знания, понимание, навыки и уверенность, необходимые для адекватной оценки и осознания своих прав и обязанностей в качестве заемщиков, а также в отношении разнообразных вариантов кредитования, им доступных;
- представлять, где при необходимости можно найти информацию, объективные консультации или помощь;
- принимать информированные решения о том, как защитить себя и своих родственников, вести себя в отношении собственного кредита инициативно и ответственно;
- сформировать базовые способности в области финансового планирования применительно к своему кредиту с учетом возможного дохода в будущем и изменений в жизненном цикле;
- понимать последствия неверных решений, поведения или выбора применительно к кредиту.

Государству следует повышать степень информированности потребителей и конкуренцию на рынке, предоставляя гражданам соответствующие инструменты, которые позволяли бы им определять свои характеристики и потребности, сопоставлять стоимость и характеристики разных вариантов кредитования, а также подыскивать оптимальные для себя кредитные продукты.

Помогая потребителям лучше ориентироваться в сфере кредита, государство должно разъяснять потребителям опасность недостаточных знаний в этой области, подчеркивая риски и возможные последствия неверного кредитного поведения и неадекватных решений. Кроме того, государству следует подсказывать, куда можно обращаться за более подробной информацией и консультациями о том, как смягчать такой риск, подавать претензии и требовать компенсаций и судебной защиты.

Государству необходимо обеспечивать максимально широкое информирование общественности. Кроме того, необходимы адресные программы для наиболее социально уязвимых категорий населения (мигранты, лица с самым низким доходом и уровнем сбережений). Такие кампании должны проводиться не реже чем ежегодно.

Посредством мер регулирования и надзора государству следует добиваться того, чтобы участники кредитного рынка, выполняя свои обязанности по раскрытию информации и информированию потребителей, предоставляли качественную информацию, которую можно было бы отличать от информации рекламно-пропагандистского характера.

Для того, чтобы потребителям было легче сравнивать разные продукты, государство должно добиваться того, чтобы все кредиторы и заимодавцы в своих рекламных кампаниях и раскрываемой информации представляли уникальную, стандартизированную эффективную процентную ставку, включающую, помимо собственно процентных платежей, все сборы, связанные с конкретным кредитным продуктом или займом.

Для повышения степени информированности потребителей государству необходимо требовать, чтобы все кредиторы и заимодавцы в кредитных соглашениях для любых типов займов или кредитных продуктов предусматривали ясно читаемую врезку, в которой четко указывались бы важные условия предоставления такого займа или кредитного продукта.

В сотрудничестве с регуляторами рынка и надзорными органами государству следует информировать потребителей о злоупотреблениях, недобросовестном, непрозрачном, неэтичном и (или) незаконном поведении участников кредитного рынка и его возможных последствиях для потребителей. Также необходимо активно информировать потребителей об их праве на судебную защиту и истребовании компенсаций, упрощать доступ к соответствующим механизмам и снижать издержки, связанные с их применением. Органам надзора следует сообщать о мерах принуждения и санкциях, которые применялись ими к участникам рынка в связи с вышеуказанным поведением.

Необходимо разработать единообразные стандарты проведения «комплексной экспертизы» для оценки профиля потребителей; их использование всеми кредитными организациями должно стать обязательной частью процесса размещения кредита. Потребители должны получать объективные и адекватные объяснения и рекомендации, соответствующие их потребностям и уровню грамотности. Персонал или агенты, работающие с потребителями, должны иметь адекватные навыки и подготовку, и структура стимулов и оплаты их труда должна быть выстроена соответствующим образом. Такое положение должно присутствовать особенно в отношении более сложных кредитных продуктов, которые изначально связаны с высоким риском для потребителей (например, кредиты с переменной процентной ставкой, кредиты в иностранной валюте и т.п.), продуктов, предусматривающих долгосрочные обязательства или обязательства, составляющие значительную долю текущего и будущего дохода либо предусматривающие важные условия о санкциях в случае неуплаты или досрочного расторжения договора по инициативе потребителя.





Российская практика повышения финансовой грамотности населения

3.1. Обзор ситуации в области повышения финансовой грамотности и защиты прав потребителей финансовых услуг в России

Финансовый сектор — один из самых динамично развивающихся в российской экономике. Однако столь быстрый рост финансовых продуктов и услуг, особенно потребительского кредитования, на фоне непонимания гражданами своих прав и обязанностей в отношении заемных средств несет в себе риски как для банков, так и для самих потребителей. Финансовая непросвещенность и недоверие граждан к финансовому сектору вызывает беспокойство и государства, и самого банковского сектора. Недостаточный уровень финансовой грамотности населения в России также выражается в неумении граждан строить долгосрочные финансовые планы, делать эффективные сбережения и инвестировать средства, повышать качество своей жизни, правильно оценивать риски, принимать ответственность за свое финансовое благосостояние и будущее. Финансовая безграмотность населения является сдерживающим фактором для развития финансового рынка и экономики в целом.

До начала 1990-х гг. для населения были доступны лишь несколько видов финансовых услуг, и все они предоставлялись государственными организациями. Граждане не были знакомы с принципами рыночной экономики, основами финансов и (или) основами взаимодействия с финансовыми учреждениями, их продуктами и услугами. Негативные тенденции и события на финансовом рынке в 1990-е и в начале 2000-х гг¹. привели к формированию пассивного финансового поведения населения,

¹ Эти тенденции включают: гиперинфляцию и обесценивание сбережений, сформированных в советское время; появление финансовых пирамид, повлекшее масштабные убытки и разочарование потребителей; банковский кризис 1995 г. и финансовый кризис 1998 г., которые привели к краху всей финансовой системы; коммерциализацию большинства услуг, до 1990-х гг. бывших бесплатными или предоставлявшихся с существенными скидками (медицинское обслуживание, образование, жилье).

характеризующегося также низким уровнем доверия к финансовым организациям (особенно негосударственным).

В 2000-х гг. в России в условиях экономического роста и повышения общего уровня доходов и сбережений населения финансовый сектор расширялся, развивались базовые финансовые услуги, включая банковские вклады и счета (дебетовые банковские карты) и переводы финансовых средств. В период между 2003 и 2008 гг. российский рынок кредитов населению рос на 84% в год. Эти темпы роста одни из самых высоких в Центральной и Восточной Европе. Объем просроченных кредитов вырос с 1,3% от общего объема выданных розничных кредитов в 2005 г. до 4,1% в 2008-м. Вместе с тем в относительном выражении российский рынок кредитов населению остается небольшим, его доля в ВВП страны составляла лишь 9,2%. В результате увеличения объемов кредитования населения в последнее время и с учетом возможного дальнейшего роста необходимость улучшения защиты интересов потребителей и финансового образования в Российской Федерации стала особенно актуальной.

Несмотря на рост, наблюдавшийся в последнее время, участие населения в официальном финансовом секторе России остается низким. Банковские вклады рассматриваются в качестве продуктов (или услуг), обеспечивающих доступ потребителей в финансовый сектор и позволяющих им получать выгоды от финансовых услуг. Однако, по разным оценкам, до 60 млн человек (или 42%) по-прежнему не имеют доступа к финансовым услугам, не имея даже текущего банковского счета. Доступ к кредитованию также находится на низком уровне, хотя он и расширяется. Обследования, проведенные Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ), свидетельствуют о том, что свыше 25% взрослого населения России пользовалось банковскими кредитами. По оценкам Банка России, по состоянию на январь 2008 г. было выпущено 104 млн банковских карт, из которых 9 млн приходится на кредитные карты, а остальные являются дебетовыми картами. Однако следует иметь в виду, что эти данные являются неполными, и прежде чем сделать твердые выводы, необходимо располагать более точной информацией об участии домохозяйств в финансовой системе.

Вместе с тем в России также растет число инициатив в области финансового образования, многие из них осуществляются в самых разных регионах страны как государственными, так и частными и неправительственными организациями, охватывая различные слои населения.

В качестве примеров можно назвать введение тематики и модулей, связанных с ФО, в некоторые учебные программы по экономике для 10—11-х классов. В рамках таких учебных программ школьники часто изучают основы финансовых рынков. При этом воспитанию ответственных потребителей уделяется мало внимания, хотя эти темы рекомендуются в качестве одного из основных компонентов ФО большинством международных инициатив, направленных на повышение уровня финансовой грамотности.

В системе образования также проводятся неформальные внеклассные мероприятия, направленные на развитие ФО. К ним относятся конкурсы, факультативы, семи-



нары и летние школы. Эти инициативы появились относительно недавно, и поэтому еще рано говорить об их эффективности. Кроме того, из-за нехватки финансирования, отсутствия координации и механизмов обеспечения качества в системе образования эти инициативы осуществляются лишь в некоторых городах. При том, что неформальное образование уже доказало свою эффективность как инструмент формирования моделей поведения у молодежи (например, в США и Австралии), его фактическое воздействие зависит от качества разработки программы, включая постановку четких образовательных целей, правильный выбор целевой аудитории, проведение оценки результатов и т.д. К сожалению, в российской системе неформального ФО большинство вышеперечисленных факторов успеха отсутствуют.

Рост доходов населения в докризисный период и увеличение числа и сложности предлагаемых гражданам финансовых продуктов и услуг дали толчок развитию различных частных инициатив. Частные учреждения вносят вклад в повышение уровня финансовой грамотности, однако их деятельность порой отличается узкой направленностью и незначительным охватом населения. Многие частные финансовые учреждения проводят обучение и предоставляют консультации гражданам. Большинство этих услуг являются платными и уделяют основное внимание инвестициям. Они, как правило, посвящены конкретным инвестиционным услугам и реже затрагивают проблемы прав инвесторов или разъясняют механизмы урегулирования конфликтов. Частные проекты в области повышения ФГ прежде всего адресованы более обеспеченным слоям населения. Их цель — сориентировать экономически активных клиентов в сфере индивидуальных инвестиций.

Лишь немногие из них освещают такие темы, как финансовое планирование, простое накопление сбережений, управление личным долгом или элементарная финансовая математика, которые рекомендованы ОЭСР как правильный путь к финансовому просвещению населения. Кроме того, опираясь на международный опыт и исследования ОЭСР, можно сказать, что людям необходимо финансовое образование в таких областях, как пенсионное обеспечение и страхование. Однако уже начинают появляться инициативы, которые помогают людям планировать семейные финансы и ориентироваться в финансовых вопросах.

Основываясь на международном опыте, необходимо признать, что задачи программ по повышению финансовой грамотности населения шире, чем просто информирование о тех или иных продуктах и услугах. Речь идет об образовании населения на протяжении всей жизни, обучении умениям принимать ответственные и эффективные решения по использованию и управлению личными финансами. Умение ориентироваться в усложняющихся ситуациях и услугах и принимать грамотные решения позволяет минимизировать риски как для отдельных граждан, так и для финансового сектора и государства в целом.

Эффективные программы финансового образования должны:

- способствовать осознанию пользы быть финансово грамотными;

- мотивировать людей искать финансовую информацию и ресурсы и брать ответственность за собственное финансовое будущее;
- помочь приобрести знания, умения и желание принимать компетентные финансовые решения.

Таким образом, можно различать программы повышения уровня финансовой грамотности, которые дают общее финансовое образование, и программы, которые предоставляют адресную информацию потребителям. ФО общего характера развивает у них важные жизненные навыки, такие как понимание необходимости долгосрочного планирования личных финансов, а также соотношения рисков и доходов. Чтобы сформировать у потребителей базовые финансовые навыки, которые им необходимы для понимания условий и обязательств, связанных с приобретением финансовых продуктов и услуг, требуется более целенаправленный подход. В этом случае важнейшим фактором обеспечения надлежащего уровня функциональной финансовой грамотности российских потребителей является информирование потребителей и раскрытие информации — например, предоставление простой и понятной выписки с основными параметрами финансовой услуги и разъяснение того, как и куда подавать жалобы.

Частный сектор проявляет активность в распространении информации, направленной на повышение уровня ФГ через средства массовой информации. Вопросам личных финансов посвящены несколько журналов и интернет-сайтов, в том числе «Наши деньги», «Семейный бюджет», «D'», «Личные деньги», «Money&Я», «Популярные финансы» и Credit.ru¹. Однако эти программы, как правило, ориентированы на экономически активных взрослых людей и наиболее зажиточные слои населения.²

«Сити банк» активно поддерживает проекты по финансовой грамотности. В 2008 году при поддержке фонда Citi и Visa, активном участии сотрудников банка был разработан интернет-портал по финансовой грамотности — www.azbukafinansov.ru, предоставляющий немаркетинговую информацию о том, как планировать личный бюджет, зачем нужны пенсионные накопления и многое другое. Портал предназначен для различных социальных и возрастных групп: школьников, учителей, родителей, микропредпринимателей. Citi Россия совместно с Российским микрофинансовым центром (РМЦ) реализовал программу финансового образования населения с низким уровнем доходов в пяти российских регионах: Нижнем Новгороде, Самаре, Ростове-на-Дону, Екатеринбурге и Санкт-Петербурге. В рамках программы свыше 2 тыс. жителей этих регионов посетили семинары-тренинги «Планируй свое будущее». Банк также поддерживает разработку и внедрение курсов по финансовой грамотности среди населения и студентов «нефинансовых» факультетов 5 региональных вузов. Можно назвать также пример сайта «Город финансов», созданного при поддержке корпорации «УРАЛСИБА» и ММВБ в партнерстве с Федеральной службой по финансовым рынкам (ФСФР), об-

¹ Во время финансового кризиса 2008—2009 гг. некоторые издания столкнулись с финансовыми трудностями и прекратили свою деятельность.

² «Наши деньги», «Семейный бюджет», «D'», «Личные деньги», «Деньги&Я», «Популярные финансы» издаются издательствами «Росбизнесконсалтинг», «Эксперт», «Бюджет» и пр.



разовательных проектов Visa, таких как игра «Финансовый футбол» и образовательные брошюры о том, как грамотно использовать карты и не стать жертвой мошенничества.

Но подобные примеры пока, к сожалению, составляют скорее исключения, чем правило. Многие сайты, проекты, обозначающие себя как финансово просветительские, на самом деле являются маркетинговыми ходами — рекламой своих продуктов и услуг, что только снижает доверие граждан и регуляторов к подобным проектам.

Ряд неправительственных организаций и профессиональных ассоциаций также осуществляют инициативы в области финансового образования. Неправительственные организации разработали такие программы, как, например, «Финансовая культура и безопасность граждан России» (www.gorodfinansov.ru).

Образовательные программы и семинары разработаны и проводятся Центром финансового образования, Институтом финансового планирования, организацией «Достижения молодых» (Junior Achievement), Центром инвестиционного просвещения, Школой начального финансового образования «Финстарт», Центром финансовой грамотности «Поток», Ассоциацией российских банков и Ассоциацией региональных банков России и др. Однако эти программы все еще не очень широко известны и требуют развития.

Далее в этой главе приведены примеры некоторых реализованных в России проектов. Необходимо отметить, что представленный материал не претендует на полноту и охват всех программ ФГ в России, задачей авторов было скорее показать различные модели, а также примеры программ для разных целевых групп, реализуемые разными организациями.

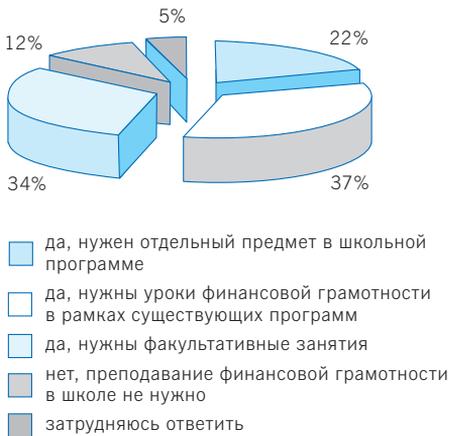
3.2. Программы финансовой грамотности для детей и молодежи

Молодежь является одной из наиболее уязвимых социальных групп. Система общего образования не включает в себя обучение управлению личными финансами, а опыт родителей зачастую ограничен или отрицателен. Интересными с прикладной точки зрения являются результаты, полученные НАФИ в ходе опроса школьников 10 класса в Екатеринбурге и Нижнем Новгороде (май 2008 г.) (рис. 3.1).

Исследование НАФИ выявляет зависимость между ведением в семье учета расходов и доходов (бюджета) и уровнем финансовой грамотности старшеклассников. А так как бюджет в России составляют и ведут единицы семей, то и общий уровень молодежной финансовой культуры крайне низкий. Молодежная культура направлена в первую очередь на потребление, а не сбережение. Как следствие, молодые люди подвержены влиянию рекламы, совершают импульсивные траты и склонны к принятию эмоциональных и часто ошибочных финансовых решений, таких, например, как накопление долговых обязательств.

Особенно в сложной ситуации оказываются выпускники детских домов и интернатов, которые никогда не держали денег в руках, не знают элементарных азов о финан-

сах и, «выйдя в жизнь», очень скоро, порой даже в первый день, растрачивают те средства, которые им выделило государство. Коммерческие и общественные организации оказывают материальную поддержку детским домам: привозят подарки на Новый год, финансируют ремонт, оборудуют компьютерные классы и т.д. В то же время обучение навыкам грамотного управления личными финансами — не столь распространенная практика участия в жизни школьников и молодежи.



О чем бы хотели узнать на уроках финансовой грамотности в школе

№	Вопрос	%
1.	На какую информацию потребитель должен обращать внимание при подписании договоров с банками и другими финансовыми компаниями	90,6
2.	Какие законы, защищающие права потребителей, существуют, и что следует делать, если эти права нарушаются	89,8
3.	Что нужно делать, чтобы не увлечься в долгах при использовании банковскими кредитами	87,8
4.	Какие риски при использовании финансовых услуг существуют, и как ими управлять	86,0
5.	Что такое страхование, и когда им нужно пользоваться	85,2

О чем бы хотели узнать на уроках финансовой грамотности в школе
Продолжение таблицы

№	Вопрос	%
6.	К каким результатам могут привести те или иные финансовые решения	81,4
7.	По каким параметрам нужно сравнивать услуги, предлагаемые банками и другими финансовыми компаниями	78,8
8.	Как устроена налоговая система, и какими налогами облагаются различные виды доходов граждан	77,0
9.	Что такое банковские счета и вклады	76,4
10.	Где искать и как оценивать информацию о финансовых услугах, как отличить рекламу от объективной информации	76,2
11.	Что такое потребительский кредит	76,0

О чем бы хотели узнать на уроках финансовой грамотности в школе
Окончание таблицы

№	Вопрос	%
12.	Как ставить финансовые цели и составлять личный финансовый план	75,6
13.	Что такое ипотека	71,6
14.	Как устроен фондовый рынок, и какие инвестиционные услуги	71,0
15.	Как составлять личный бюджет доходов и расходов	69,6
16.	Что такое кредитная карта	69,6
17.	Как устроена пенсионная система, и какие существуют способы для сбережений на старость	65,6
18.	Что такое кредитное бюро и кредитная история	61,4

Уроки или факультативы в школьных программах должны в большей степени быть проблемно ориентированы, нежели чем описательны. Старшеклассники лучше воспримут материал, поданный в проблемной форме, развивающей компетенции потребителя, нежели чем описание финансовых институтов и услуг как таковых.

* Объем выборочной совокупности 500 респондентов.

Тем не менее в России был реализован ряд проектов, в которых основной целевой аудиторией стали молодые люди в возрасте от 7 до 21 года.

3.2.1. Программа по финансовой грамотности МОО «Достижения молодых»

Программа общественной организации «Достижения молодых» стартовала в России в 1991 г. по инициативе академика Е.П. Велихова и при финансовой поддержке частных компаний. Проект ориентирован на изучение в общеобразовательных школах,

Рис. 3.1
Результаты НАФИ исследования «Уровень финансовой грамотности россиян»¹

¹ <https://sites.google.com/site/infinliteracy2/baza-znanij>



учреждениях среднего и высшего профессионального образования основ экономики, предпринимательства, деловой этики и финансовой грамотности. Целью программы является воспитание экономически грамотных, подготовленных к успешной деятельности в различных сферах и отраслях хозяйства, инициативных, предприимчивых, уверенных в себе и своем будущем молодых россиян.

Реализация и распространение программ обучения школьников и учащейся молодежи основам экономики и предпринимательства опирались на партнерство между бизнесом и образованием в соответствии с принципами и стандартами международного образовательного движения «Достижения молодых» — Junior Achievement (JA)¹.

Примером образовательной модели «Достижения молодых» в сфере формирования финансовой грамотности школьников может служить программа «JA — Больше чем деньги». Программа направлена на развитие полезных навыков обращения с деньгами в следующих основных направлениях: поступления, расходы, сбережения, пожертвования. Она устанавливает связь между деньгами и источниками доходов, дает возможность сформировать представление о возможностях профессионального выбора, включая предпринимательскую деятельность. Критериями успешности является формирование у школьников полезных финансовых умений и навыков, повышение уровня осведомленности в области финансовых инструментов, которые могут быть использованы для управления личными финансами. Целевой аудиторией являются школьники 7—13 лет. Участвуя в программе «JA — Больше чем деньги», учащиеся осваивают базовые навыки обращения с деньгами, которые помогут им избежать многих трудностей и ошибок в будущем.

Проект носит прикладной характер, имеет учебно-методическое обеспечение, включающее материалы для учителей и консультантов, наглядные пособия, которые могут изучаться в классе и в семейном кругу. Программа содержит ориентированные на возрастные особенности курсы: «Наши семьи», «Наш микрорайон», «Наш город», «Личная экономика», «Экономика успеха», «Управление личными финансами и компьютерной программой «Банки в действии». Электронная версия программы «Управление личными финансами» рассчитана на обучение основам ФГ с применением модели дистанционного обучения. Программа устанавливает связь между деньгами и работой — основным источником дохода большинства людей, учит принимать взвешенные решения о тратах и сбережениях, знакомит с учетом поступлений и расходов, помогает понять важность планирования и личной ответственности за безопасность и благополучие в финансовой сфере.

В 2009 году банк HSBC и движение МОО «Достижения молодых» представили программу «JA — Больше чем деньги» московским школьникам. Доступ к ней получили 3 172 учащихся. В 2010 году программа стартовала в Санкт-Петербурге. Опытные педагоги, сотрудничающие с волонтерами HSBC, преподавали в школах Москвы и Санкт-Петербурга. Количество финансово грамотных школьников увеличилось на 4500 че-

¹ Межрегиональная общественная организация (МОО) «Достижения молодых» — Junior Achievement.

людей. Сотрудники HSBC выступают в роли добровольных консультантов-наставников, помогающих научиться обращению с деньгами учащимся школ Москвы. Данная инициатива — часть масштабного сотрудничества двух организаций, нацеленного на развитие ФГ населения в странах по всему миру.

Общение с профессионалами позволяет молодым людям приобрести полезные качества и навыки и на положительных примерах научиться отношению к делу, которое поможет им добиться успеха. Программа позволяет детям и подросткам изучить правила финансового поведения и больше узнать о том, как зарабатываются, тратятся и сберегаются деньги и как разумное отношение к деньгам помогает реализовать планы и обеспечить финансовую безопасность и благополучие. Ее комплексная оценка, осуществленная независимыми экспертами, подтвердила положительную динамику в знаниях и навыках обращения с деньгами среди школьников.

Проведенная оценка эффективности программы «JA — Больше чем деньги» свидетельствует о том, что ее участники демонстрируют большее и более устойчивое во временном отношении понимание финансовой информации, чем их сверстники, не принимавшие участия в программе. Учителя приобрели новые знания и опыт в процессе сотрудничества с экспертами-профессионалами, которые привносят в процесс обучения опыт практической работы в бизнесе. Консультанты и деловые партнеры, представляющие бизнес-сообщество, получили личное и профессиональное признание, вкладывая в человеческий капитал, передавая знания и опыт молодым людям.

«Программы финансовой грамотности для школьников должны соответствовать их возрасту и способностям, наша программа «JA — Больше чем деньги» полностью отвечает этому условию. Простым языком и на понятных примерах она объясняет детям, как важно научиться управлять деньгами и приобрести полезные финансовые привычки, чтобы в будущем они смогли осуществить свои мечты и планы»

Исполнительный директор Межрегиональной общественной организации «Достижения молодых» Н. Кузнецова

Еще один пример партнерства между государством, бизнесом и образовательными структурами — программы «Достижения молодых — Юный предприниматель». Она была рекомендована Министерством образования и науки Российской Федерации для использования в качестве элективных курсов в учебном процессе общеобразовательных школ, учреждений среднего и высшего профессионального образования регионов.

3.2.2. Финансовая грамотность для детей-сирот

Программы Детского фонда «Виктория»¹ направлены на развитие социальных компетенций у детей, оставшихся без попечения родителей. В 2010 году в рамках проекта

¹ http://www.victoriacf.ru/about/our_programms/index.wbp



«Самостоятельная активная молодежь» детский фонд «Виктория» совместно с Институтом финансового планирования разработали и провели серию тренингов «Эффективное управление личными финансами» для студентов различных вузов России из числа детей-сирот. Тренинг проводился в группах по 20—25 человек. Общее количество участников различных вузов России — более 100 студентов. Основная цель тренинга — показать студентам важность и необходимость грамотно распоряжаться личными денежными средствами, познакомить с правилами разумного распоряжения своими доходами, способами экономии и формирования сбережений. Полезные финансовые навыки закрепляли в игровой форме.

«Базовые знания и навыки распоряжения личными деньгами являются неотъемлемым условием социальной адаптации и самостоятельной жизни наших подопечных».

А. Сорокина, руководитель проекта
«Самостоятельная активная молодежь»

В вводной части тренинга рассматривались такие темы, как личные финансы и финансовая система России, жизненный цикл семьи (домохозяйства) с позиции управления личными финансами. Обсуждались типичные ошибки в принятии важных финансовых решений.

В основном разделе рассматривалась методика личного финансового планирования как инструмента управления финансами. Разбиралась структура личного финансового плана, его основные разделы: финансовые цели, расходы, доходы домохозяйства, давались примеры ведения домашнего бюджета. Тренинги также нацелены на навыки экономии, формирования сбережений и эффективного инвестирования.

В их практической части использовалась «рабочая тетрадь», где студенты составляли личный финансовый план на 5 лет, рассматривались способы оценки и контроля доходной и расходной части бюджета. С использованием финансовых расчетов участникам был продемонстрирован финансовый потенциал последовательности действий: разумная экономия сегодня → формирование сбережений и грамотное инвестирование → достижение финансовой цели.

Подробно разбирались возможности использования банковских карт и банковских депозитов как основного сберегательного инструмента. На примере потребительского кредита были показаны основные характеристики кредитных продуктов. Была подчеркнута важность адекватной оценки собственной платежеспособности при принятии финансового решения об использовании кредита.

В отличие от традиционных методов обучения при интерактивных тренингах активность аудитории постоянно стимулировалась ведущими. В ходе организованных дискуссий участники делились собственным опытом по управлению личными финансами, в малых группах (5—7 человек) они совместно искали лучшее финансовое решение в конкретной ситуации.

Организаторы тренинга получили хорошие отзывы от участников (более 100 студентов).

Отзывы участников тренинга «Эффективное управление финансами»:
Саша, 15 лет, Санкт-Петербург: «Теперь я понял, как важно обращать внимание на условия договора, если решил купить что-то в кредит».
Кирилл, 14 лет, Челябинск: «Тренинг убедил меня, что при правильном распоряжении своими деньгами можно добиться любой разумной цели».

В целом студенческая аудитория показала высокую заинтересованность и вовлеченность в обсуждение темы личных финансов. При этом студенты в основной массе продемонстрировали удовлетворительную осведомленность о возможностях использования банковских карт и депозитов. Большая часть вопросов касалась темы накопления и финансирования покупки недвижимости, автомобиля, финансирования дополнительного профессионального образования и организации своего бизнеса в будущем. По итогам было запланировано проведение повторных мероприятий для оценки, закрепления и обмена опытом использования полученных знаний и навыков финансовой грамотности у студентов.

3.2.3. Профильный лагерь «Молодежная республика: основы финансового просвещения»

В течение нескольких последних лет на базе отдыха «Кусторка» под Нижним Новгородом преподаватели и специалисты некоммерческого партнерства (НП) «Школа бизнес-тренингов для молодежи»¹ при участии специалистов российских финансовых компаний, консультантов «Национальной лиги финансовых советников» и др. организуют в период летних школьных каникул профильный лагерь для подростков старших классов.

В течение 18 дней участники лагеря в игровом формате моделируют ключевые события взрослой жизни: выбор вуза и поступление в него, начало профессиональной деятельности, получение первой зарплаты, накопление опыта, продвижение в профессии или создание своего бизнеса (вплоть до его вывода на IPO), накопление на пенсию.

Все обучение проходит в тренинговой и игровой форме. Программу проводит команда профессиональных психологов и игротехников, прошедших предварительную подготовку. В течение всей игровой жизни школьники видят, откуда берутся деньги, на что влияет образование, как зарождаются компании, куда они приходят работать, как развиваются созданные ими фирмы, как формируется фондовый рынок, как работает банковская система. Они изучают основы грамотного управления своими личными финансами и учатся, как совладать с соблазнами чрезмерного потребления или чрезмерного риска.

За 18 дней школьники на собственном опыте постигают:

- как грамотно выбрать будущую профессию и путь образования;

¹ <http://shbdm.ru/shbdm/business/vse-o-lagere/o-programme.html>



- как разумнее и эффективнее вести учет доходов и расходов;
- как начинать и развивать свой бизнес, строить отношения с партнерами и управлять персоналом; как грамотно использовать кредиты (в том числе на развитие своего дела), страховые продукты, депозиты, паевые инвестиционные фонды (ПИФы), продукты негосударственных пенсионных фондов (НПФ) и др.; как составить личный финансовый план и его реализовывать.

Ежегодно тренинг проходят более 100 старшеклассников из различных регионов России.

«Меня часто посещают мысли — а можно ли было бы до того, как начать жить и принимать какие-то ключевые решения в своей жизни, пройти демо-версию этой самой жизни, попробовать ее на вкус, а потом продумать, как себя вести в реальности? Так было бы проще — многих ошибок можно было бы избежать. И хотя машины времени пока что нет, оказывается, такое вполне возможно. По крайней мере, на базе отдыха «Кусторка» под Н. Новгородом я нашла такое место, где можно пройти тест-драйв жизни».

Наталья С.

3.2.4. Проект по финансовой грамотности Российской экономической школы

Российская экономическая школа (РЭШ) в 2009 г. при поддержке Citi Foundation начала реализацию программ обучения финансовой грамотности в школах и пяти российских университетах: Волгоградском государственном техническом университете, Ростовском государственном экономическом университете, Уральском государственном техническом университете, Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского, Высшей школе менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета.

Одной из причин для создания программы финансового образования в пяти региональных университетах стало проведение опроса по ФГ среди студентов российских региональных вузов, организованного РЭШ при поддержке Citi Foundation. В опросе приняли участие свыше 900 студентов во Владивостоке, Екатеринбурге, Иркутске, Красноярске, Нижнем Новгороде, Саратове, Томске, Уфе и Самаре. По итогам опроса сделаны следующие выводы: студенты не умеют эффективно распоряжаться и управлять собственными финансами.

Целевой аудиторией программы стали население выбранных городов, в первую очередь преподаватели, студенты «нефинансовых» факультетов и школьники.

Университеты разрабатывают учебно-методические комплексы для дальнейшей подготовки специалистов по ФГ, а также занимаются разработкой и внедрением курсов по финансовой грамотности среди населения и студентов «нефинансовых» факультетов. Курсы по ФГ для студентов и школьников проводили сами преподаватели этих вузов, которые прошли специальный тренинг РЭШ. В итоге обучение прошли 5194 студента и 3189 школьников, которые бесплатно получили пособия из серии «Финансовая грамота».

Результаты опроса:

Практические знания студентов зависят от их опыта использования финансовых инструментов.

Студенты не всегда умеют эффективно распоряжаться собственными деньгами. Около 80% из них хотя бы иногда сталкиваются с ситуацией, когда деньги уже кончились и нужно протянуть еще несколько дней до стипендии.

Студенты, заинтересованные в использовании финансовых инструментов после окончания вуза, показывают более высокий уровень знаний.

Студенты еще более патерналистски настроены, чем взрослые. Каждый третий считает, что государство должно возмещать гражданам убытки по ПИ-Фам, а каждый шестой — по акциям.

<http://www.nes.ru/ru/projects/financial-literacy>

Показателем эффективности программы обучения стало итоговое тестирование: свыше половины студентов успешно прошли тест по ФГ (с долей правильных ответов свыше 70%). До прохождения курсов только 8% из них имели такие знания.

Для реализации этой программы Российской экономической школой были созданы пособия по финансовой грамотности (при поддержке Citi Foundation и VISA):



«**Финансовая грамотность для школьников**» в доступной и интересной форме учит, как заработать деньги, как грамотно их тратить и как в этом могут помочь финансовые инструменты (карты, депозиты и кредиты). Книга рассчитана на учащихся 7—11 классов.



«**Финансовая грамотность**» для студентов и широкой аудитории читателей. Она затрагивает как простые темы — кредиты, депозиты, основы финансового планирования, так и более сложные финансовые продукты и услуги — ценные бумаги, ПИФы, страхование, государственное пенсионное страхование, принципы инвестирования и др. Первый тираж составил 7500 и 5000 экземпляров соответственно. Оба пособия доступны для свободного скачивания на сайте РЭШ: <http://www.nes.ru/ru/projects/financial-literacy>

3.3. Открытая образовательная программа «Неделя финансового просвещения»

С 18 по 25 апреля 2011 г. прошла Неделя финансового просвещения, в числе организаторов которой были: Экспертная группа по финансовому просвещению при ФСФР; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; Сбербанк Рос-



сии; Департамент образования Москвы; Московский институт открытого образования (МИОО), кафедра экономики; Центр образовательного аутсорсинга «Практическая экономика и предпринимательство»; Префектура Восточного административного округа Москвы; Муниципальный фонд поддержки малого предпринимательства Восточного административного округа Москвы; Окружной методический центр Восточного окружного управления образования Департамента образования города Москвы; Издательский дом «МПА-Пресс»; Журнал «Экономика в школе»; Издательство «ВИТА-ПРЕСС»; Издательство «Интеллект-центр»; Московский детско-юношеский центр «Резерв»; Государственные образовательные учреждения «Колледж предпринимательства № 11»; СОШ № 188; СОШ № 240; Гимназия № 1516, Гимназия № 1576; Ассоциация старшеклассников-предпринимателей Восточного административного округа Москвы.

Основные цели Недели просвещения:

- повышение качества знаний и компетенций в области экономики и финансов, банковского и страхового дела, рынка ценных бумаг, предпринимательства, создания и реализации бизнес-проектов;
- выявление и развитие творческого потенциала учащейся молодежи через создание условий для реализации способностей учащихся (на основе вовлечения в научно-практическую деятельность);
- повышение уровня финансовой грамотности граждан.

В рамках Недели просвещения были проведены семинары, круглые столы, мастер-классы, консультации. По результатам программы представлены видеоматериалы¹.

3.4. Просвещение взрослых в области управления личными финансами: Институт финансового планирования

С 2005 года Автономная некоммерческая организация «Институт финансового планирования» проводит просветительскую работу по финансовой грамотности для взрослого населения, студентов и школьников, сотрудников социальных служб и педагогов². Институт при этом использует разнообразные формы и методы, от очных семинаров до дистанционных методов, онлайн-консультаций и вебинаров³.

С 2008 года в содружестве с МДМ-банком проведено свыше 80 бесплатных образовательных семинаров для населения в регионах, слушателями которых стали более 2 000 человек в 6 городах, являющихся центрами федеральных округов России: Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Владивостоке и Хабаровске.

¹ http://ecring.ru/blog/nedelja_finansovogo_prosveshhenija/1-0-1

² <http://www.infinplan.ru/>

³ Вебинар — это особый тип веб-конференций с использованием VoIP-аудиотехнологий, что обеспечивает полноценную аудио- и видеосвязь через Интернет. Вебинары могут быть групповыми и включать в себя сеансы голосований и опросов, что обеспечивает полное взаимодействие между аудиторией и ведущим. Ведущий говорит через микрофон, комментируя информацию, отображаемую на экране, а слушатели могут ему отвечать, задавать вопросы в чате.

Институт сотрудничает с Университетом третьего возраста, организуя семинары для аудитории Университета в разных городах. Впервые данные семинары стартовали в 2009 г. в Казани для слушателей факультета экономики и права Университета третьего возраста. В ходе мероприятий были затронуты актуальные темы повышения финансовой грамотности, страхового и инвестиционного рынка, личного финансового планирования. Проведенное среди студентов анкетирование показало, что предложенная тематика им интересна и с практической точки зрения полезна, 80% из них выразили желание изучать вопросы личного финансового планирования и освоить профессию независимого финансового советника.

В 2009 году Институт совместно со Школой бизнес-тренингов для молодежи провел «День финансовой грамотности» для старшеклассников и работников социальной сферы Северо-восточного административного округа Москвы. В темы мероприятия входило: разъяснение правил использования финансовых продуктов и услуг, привлечение внимания населения к доступным формам сбережений и инвестирования, выявление фактов недобросовестной рекламы финансовых услуг с помощью населения, защита прав инвесторов, распространение и раскрытие информации на рынке финансовых услуг.

В 2008—2011 годах проведено обучение преподавателей вузов и школ по программе «Управление личными финансами» на базе ведущих высших учебных заведений России: Новосибирский государственный университет, Хабаровская государственная академия экономики и права, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Уральский государственный университет им. А.М. Горького, Государственный университет Высшая школа экономики. Основной целью обучения являлась подготовка специалистов, которые смогут в дальнейшем проводить бесплатные просветительские семинары об эффективном управлении личными финансами для населения.

Выпускники программы также получили знания и навыки для организации и проведения занятий со школьниками и студентами своих учебных заведений в рамках общеобразовательной программы, через включение базовых понятий финансовой грамотности в различные образовательные курсы, а также посредством проведения спецкурсов и организации внеучебных мероприятий (конкурсов, олимпиад, соревнований по ФГ).

В январе 2011 г. Институт финансового планирования запустил новый просветительский проект на базе вебинаров: «Открытый курс „Финансовая грамотность“: серия бесплатных образовательных online семинаров от независимых финансовых экспертов». Тематика вебинаров посвящена актуальным вопросам в сфере личных финансов: планирование семейного бюджета, кредитование, ипотека, материнский капитал, формирование пенсии, инвестиционные инструменты, налоги и др. Курс разработан преподавателями и экспертами Института финансового планирования, преподавателями ведущих вузов России, носит образовательно-информационный характер и не включает в себя никакой рекламы финансовых услуг. Ведущие online-семинаров — выпускники Института финансового планирования, эксперты финансового рынка.



Такая форма организации просветительской работы имеет большой потенциал по охвату территории, так как не требует больших затрат на организацию и позволяет слушателю получить компетентную информацию из первых рук и практический совет специалиста в режиме реального времени.

На базе таких вебинаров были созданы архивные записи, доступные как отдельный информационный ресурс.

Выпускниками и преподавателями института проводится активная информационно-просветительская работа в сотрудничестве со СМИ. Подготовлено более 850 публикаций и выступлений информационно-просветительского характера по вопросам финансовой грамотности и эффективного экономического поведения среди населения в сети Интернет, на ведущих телевизионных каналах, радиостанциях, печатных СМИ¹.

Недостаток свободного времени у работающего населения является одним из препятствий в систематическом овладении базовыми знаниями в области использования различных финансовых инструментов, получении достоверной информации о собственных правах и способах их защиты, регулярном планировании и распределении личного бюджета. Идея проведения на рабочем месте мероприятий по повышению ФГ сотрудников реализуется во многих странах. В России также начинают появляться подобные инициативы. Основной целью программ является распространение знаний и формирование навыков грамотного финансового поведения у активного работающего населения.

В 2008 году Институт финансового планирования в сотрудничестве с финансовыми компаниями провели ряд мероприятий по тематике «Финансовая грамотность на рабочем месте» для сотрудников своих организаций. Для каждой организации был предложен индивидуальный подход и составлен индивидуальный план работы. Работа осуществлялась в формате регулярных онлайн-консультаций и семинаров, которые проводились в среднем 1—2 раза в месяц по 1,5 часа. Тема семинара определялась самими сотрудниками компании. Также проводились очные индивидуальные консультации: один раз в две недели финансовый консультант приезжал в офис компании на целый рабочий день и проводил консультации для сотрудников. Для сотрудников предусматривалась возможность связи с консультантом по электронной почте. Ответ на вопрос по электронной почте сотрудник получал в течение 3-х рабочих дней.

3.5. Финансовая грамотность для малоимущих слоев населения — проект «Планируй свое будущее»

Отдельную целевую аудиторию, нуждающуюся в повышении финансовой грамотности, составляют граждане с низким доходом, без высшего образования, социально уязвимые категории населения. Акцент для данной целевой группы был сделан на развитии практических навыков финансового планирования и формирования сбережений. В свою очередь, это потребовало разработку специальных программ по подготов-

¹ <http://infinplan.ru/about/smi>

ке специалистов, проводящих обучение, тренинги и консультационную работу с этой категорией граждан.

Организации «Микрофинансовые возможности» и Российский микрофинансовый центр (РМЦ)¹ стали инициаторами проекта «Планируй свое будущее» (при поддержке Фонда Ситигруп).

Целевой аудиторией являлись клиенты микрофинансовых организаций и семьи с низкими доходами. Основной задачей данной учебной программы является изменение отрицательного отношения людей к долгосрочному финансовому планированию и сбережениям, а также расширение выбора способов сбережения.

Организации «Микрофинансовые возможности» и «Свобода от Голода» выпустили первый пакет финансового образования, разработанный для микрофинансовых клиентов и семей с низкими доходами. Данный пакет явился результатом трехлетней работы в рамках «Проекта финансового образования для бедных», который был осуществлен совместно с международными партнерами².

В основе российского пакета «Планируй свое будущее»³ лежит курс MFO⁴ и FFH⁵, адаптированный к условиям России.

Было организовано обучение представителей организаций-партнеров навыкам преподавания курсов финансового образования для семей с низкими доходами. Партнеры отбирались на конкурсной основе среди поставщиков финансовых услуг, тренинговых и консалтинговых компаний.

3.6. Повышение финансовой грамотности для начинающих предпринимателей и самозанятого населения

На 2008 г. около половины экономически активного населения России не имело доступа к финансовым услугам. Опрос, посвященный оценке доступности финансовых услуг российским предприятиям, проведенный НАФИ, показал, что основными барьерами при открытии нового бизнеса являются сложности с получением банковского кредита, отсутствие залога, а также трудности с привлечением финансовых ресурсов как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Значительная доля опрошенных предпринимателей (55%) указала на то, что начальный капитал для развития бизнеса сегодня получить крайне сложно либо практически невозможно. Согласно опросу Всероссийского центра изучения общественного мнения «Финансовые услуги для населения» от 2007 г. наши сограждане, к сожалению,

¹ http://www.rmcenter.ru/training/fin_ed/index.php?sphrase_id=13448

² Pro Mujer (Боливия), Teba Bank (Южная Африка), Al Amana (Марокко), Equity Building Society (Кения), SEWA Bank (Индия), CARD Bank (Филиппины) и Центр микрофинансирования (Польша).

³ <https://sites.google.com/site/infinliteracy2/baza-znaniy>

⁴ Microfinance Opportunities — MFO (www.microfinanceopportunities.org).

⁵ Freedom from Hunger — FFH (www.ffhresource.org).



нию, имеют низкий уровень осведомленности о финансовых услугах, продуктах, а также о правилах их предоставления и использования. Как следствие, экономическая активность россиян невысока.

Многие люди, принявшие решение стать предпринимателями, не всегда понимают с чего же им начинать. Как составить бизнес-план, позволяющий принимать обоснованные решения и привлекать дополнительные финансовые ресурсы для своего бизнеса? Что необходимо сделать, чтобы свой бизнес оказался жизнеспособным?

25—27 августа 2010 г. в Нальчике состоялось пилотное тестирование нового курса РМЦ «Финансовая грамотность для начинающих предпринимателей». В тестировании приняло участие 12 начинающих предпринимателей — участников конкурса молодежного бизнеса в Кабардино-Балкарской Республике.

Данный курс посвящен вопросам эффективного планирования и управления финансами собственного дела начинающими предпринимателями. Он разработан Российским микрофинансовым центром при финансовой поддержке Фонда Клиффорд Чанс и является продолжением проекта финансового образования для семей с низким уровнем доходов «Планируй будущее». Цель курса — подготовить участников к самостоятельному планированию и ведению бизнеса.

Основные темы курса: основы маркетинга для начинающих предпринимателей, выбор системы налогообложения, планирование доходов и расходов, прогноз движения денежных средств, отчет о прибылях и убытках, балансовый отчет, формы финансовой поддержки предпринимателей, рациональное заимствование, составление успешного бизнес-плана, услуги финансовых организаций и новые технологии для предпринимателей.

В первую очередь курс предназначен для активных людей, принявших решение открыть свой бизнес и желающих участвовать в программах поддержки начинающих предпринимателей и (или) молодежного бизнеса, без экономического и финансового образования и не знакомых с предпринимательской деятельностью.

Он имеет интерактивный характер, в нем активно используются групповые методики и практические задания. Все материалы и упражнения курса нацелены на выработку практических навыков. Финансовые аспекты излагаются простым и доступным языком, понятным любому участнику даже без финансового образования.

В течение курса участники обмениваются опытом, рассматривают ситуации на примере собственных бизнес-идей, а также выполняют задания, основанные на реально существующем бизнесе. Такие практические задания позволяют проанализировать возможные варианты развития событий в бизнесе, закрепляют полученные знания и навыки, которые участники смогут применять для составления собственного бизнес-плана.

Курс разрабатывали и проводили эксперты, имеющие значительный опыт в предпринимательской деятельности, знакомые с рынком финансовых услуг в России и обладающие навыками проведения бизнес-тренингов.

3.7. Программы подготовки специалистов по финансовой грамотности (Train-the-Trainer)

Реализация проектов повышения финансовой грамотности населения невозможна без участия всех секторов общества: органов власти и государственных учреждений, определяющих и координирующих направления деятельности, коммерческих компаний, обладающих кадровым ресурсом, социальных и общественных структур, имеющих непосредственный контакт с широкими слоями населения.

Как отдельное направление масштабной деятельности по ФГ можно рассматривать проекты по обучению сотрудников социальных служб, педагогов, работников общественных организаций с целью их последующей просветительской работы среди населения — тренинг для тренеров и консультантов по ФГ.

3.7.1. Проведение тренингов для тренеров «Финансовое образование в России» (2007—2010 гг.)

Курс «Обучение преподавателей»¹ — это пособие для тренеров (инструкторов) по пяти основным модулям:

- бюджетирование;
- сбережения;
- контроль и регулирование долговых отношений;
- банковские услуги;
- финансовые переговоры.

С 2007 года тренинги были проведены в Москве (2007), Санкт-Петербурге (2007), Екатеринбурге (2008), Нижнем Новгороде (2008), Ростове-на-Дону (2008), Волгограде (2008), Нальчике (2009), Владивостоке (2009). На всех тренингах участники получили материалы и проанализировали методику проведения курса финансового образования «Планируй свое будущее». Они получили возможность попрактиковаться в ведении отдельных сессий курса и получить подробную обратную связь от остальных участников тренинга и тренеров РМЦ. Участники выработали рекомендации по доработке материалов курса и договорились о совместном плане будущих действий.

Некоторые отзывы участников тренингов для тренеров:

«Раньше я принимала участие в очень многих семинарах, но везде нас учили. А тут мы сами были в роли тренеров. Мне понравилось, что нас заставили работать в парах. Очень хорошая методика, очень понравилось. Я рада, что побывала на этом курсе!»

«Принимала участие в различных тренингах, не задумывалась о форме преподавания. В данном случае нас обучали и финансовой грамоте и научили проводить тренинги самим».

«После курса сразу начну с себя — хочу претворить в жизнь знания, полученные на тренинге, и постараться научить других».

¹ Дополнительную информацию об инструментарии, процессе разработки и оценке пилотного теста см. на сайте www.mfc.org.pl/finedu



3.7.2. Обучение сотрудников администрации и работников социальных служб (2010—2011 гг.)

Обучение сотрудников администрации и работников социальных служб проводилось в Тверской области с целью подготовки специалистов по повышению ФГ и их дальнейшей работы среди широких слоев населения. Программа обучения состояла из семинаров, тренингов и практических заданий, в ходе которых аудитория получила необходимые навыки для дальнейшей самостоятельной работы с целью повышения информированности населения в вопросах финансовой сферы и управления личными финансами. Курс состоял из двух блоков.

В первом блоке слушателей знакомили с основными проблемами повышения ФГ населения и успешным международным и российским опытом в этой сфере. Рассматривалась роль различных участников при реализации программы на региональном уровне. Слушатели также изучали специфику работы с разными целевыми аудиториями: дети, студенты, пенсионеры, взрослое население с низким уровнем дохода, экономически активное население. Рассматривали современные инструменты повышения ФГ населения (информационная литература, СМИ, консультации, образовательные семинары, выставки, развлекательные мероприятия, олимпиады, творческие конкурсы, центр финансовой грамотности и др.)

Задача второго учебного блока — формирование базового уровня компетенций в области ФГ и управления личными финансами. Слушатели рассматривали модели экономического поведения домохозяйства, личное финансовое планирование (в том числе планирование обеспечения пенсионного периода), сбережение и инвестирование, кредитные продукты, страхование в личном финансовом планировании; учились идентифицировать финансовые пирамиды и мошенничества на финансовом рынке, приобретали навыки защиты прав потребителей финансовых услуг.

Чтобы слушателям было легче ориентироваться в многообразии вопросов управления личными финансами, консультации разбивались на несколько тематических блоков. Например, тема «Управление личным и семейным бюджетом» посвящена вопросам учета и контроля текущих доходов и расходов, а также навыкам составления бюджета и экономии. На следующем тематическом мероприятии слушатели с использованием «Рабочей тетради» учились формировать целевые накопления и изучали инструменты базового финансового обеспечения: банковские платежные системы, банковские карты, депозиты, способы страховой защиты и пенсионного обеспечения.

Таким образом, часть программы была направлена на повышение уровня личной осведомленности участников в вопросах управления финансами. Другая часть посвящена методикам консультирования населения по финансовым вопросам. В результате участники семинара получили базовое представление о лучших практиках в области повышения ФГ населения (международный и российский опыт), базовый набор знаний по ФГ (личное финансовое планирование, в том числе пенсионного периода, правила грамотного выбора и использования простых финансовых инструментов (депозиты,

кредиты), основы защиты прав потребителя). Рассмотрели особенности работы по повышению ФГ с различными группами населения, практические формы и инструменты консультационной деятельности. За период с декабря 2010-го по февраль 2011 г. курс прослушали более 200 сотрудников администрации и социальной службы области.

3.8. Примеры региональных программ повышения финансовой грамотности

3.8.1. Волгоградская область

С 14 декабря 2010 г. действует постановление Администрации Волгоградской области «О долгосрочной областной целевой программе „Повышение уровня финансовой грамотности населения и развитие финансового образования в Волгоградской области“ на 2011—2015 годы».

Основная цель реализации программы — формирование у граждан разумного финансового поведения в принятии обоснованных решений по отношению к личным финансам и повышение эффективности защиты их прав как потребителей финансовых услуг. Администрация Волгоградской области взяла на себя функции по разработке программы мероприятий по повышению ФГ и организации отбора исполнителей конкретных работ в их рамках. Финансирование мероприятий программы осуществляется за счет средств областного бюджета, выделяемых органам исполнительной власти Волгоградской области.

При подготовке и проведении мероприятий особое внимание адресовано следующим категориям граждан: молодежь, планирующая создать семью; граждане, нуждающиеся в привлечении кредитов; граждане, столкнувшиеся с серьезными финансовыми проблемами, в том числе безработные; пенсионеры; военнослужащие.

Информационно-просветительская кампания на региональном уровне предусматривает участие всех видов средств массовой информации. Разработана концепция тематического наполнения телевизионных роликов для их производства и систематической трансляции в эфире. Концепцией предусматривается подготовка пяти роликов по наиболее значимым проблемам в сфере финансовой грамотности. Ротация роликов предполагается в течение всего 2011 года.

Организовано издание и распространение информационных брошюр, буклетов для населения по вопросам различных аспектов финансовой грамотности (рис. 3.2).

Планируется развитие центров консультирования и просвещения граждан в области повышения финансовой грамотности на базе уже имеющейся инфраструктуры: Волгоградского регионального бизнес-инкубатора; Волгоградского государственного учебно-курсового комбината; многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг на территории Волгоградской области (МФЦ).



Рис. 3.2.

Информационная поддержка программы по повышению ФГ Волгоградской области

Государственное автономное учреждение «Волгоградский региональный бизнес-инкубатор» планирует обучение предпринимателей в виде краткосрочных курсов, в форме семинаров-практикумов, включающих передачу теоретических данных, разбор практических ситуаций и задач, обсуждение возникающих вопросов в сфере компенсации затрат на ведение предпринимательской деятельности, взаимодействия с банками и микрофинансовыми организациями, изменения по уплате взносов во внебюджетные фонды, привлечения инвестиций на развитие бизнеса и др.

На базе государственного автономного учреждения «Волгоградский государственный учебно-курсовой комбинат» создан Центр консультирования и просвещения граждан в области финансовой грамотности в жилищно-коммунальной сфере, разработан образовательный проект «Финансовая азбука для граждан в жилищно-коммунальной сфере». Подготовлена и выпущена серия информационных брошюр (рис. 3.3):



Рис. 3.3.

Издания серии «Финансовая азбука для граждан в сфере ЖКХ в Волгоградской области»

Сотрудниками учреждения проводится работа по размещению в учреждениях системы социальной защиты населения информационных материалов и тематических роликов по повышению ФГ населения и защите прав потребителей.

На сегодняшний день на территории Волгоградской области действуют 44 государственных учреждения социальной защиты населения и 101 государственное учреждение социального обслуживания населения, в которых планируется распространение указанных информационных брошюр, буклетов, сборников.

Планируется создание Центров финансового консультирования и просвещения граждан на базе многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг. В восьми городских округах и муниципальных районах Волго-

градской области создано 13 МФЦ. Открытие МФЦ в каждом муниципальном районе Волгоградской области планируется до конца 2012 г.

В учебном процессе общеобразовательных учреждений, учреждений начального и среднего профессионального образования Волгоградской области в 2010—2011 учебном году используются программы финансового образования, применяются учебники, учебные пособия и электронные ресурсы, в том числе «Финансы», «Денежные обращения и кредит», «Налоги и налогообложение». Планируется проведение конкурсов по вопросам ФГ среди учреждений высшего и среднего профессионального образования, общеобразовательных школ. По итогам конкурсов будут предоставлены гранты.

3.9. Защита прав потребителей в финансовой сфере

Финансовое образование и защита прав потребителей — взаимодополняющие элементы, необходимые для нормального функционирования финансовых рынков, особенно в условиях низкого доверия населения к финансовым институтам.

«В России по сравнению со странами Евросоюза пока еще недостаточно высок государственный контроль в сфере защиты прав потребителей в финансовой сфере, низка степень саморегулирования бизнеса и не развиты общественные институты по защите прав потребителей».

Д. Янин, председатель правления Конфедерации обществ защиты прав потребителей (КонфОП)

Финансовая грамотность в некоторой степени становится профилактикой нарушения прав потребителей финансовых услуг¹. Внимательное чтение договоров, умение рассчитать проценты и ставки, сравнение и выбор наиболее оптимальных для конкретного человека финансовых продуктов, понимание, какая часть месячного личного или семейного бюджета может быть максимальной для погашения кредита и что делать в случае, если доход уменьшится, — ответы на эти и другие вопросы могут помочь гражданину избежать негативных финансовых ситуаций, и, возможно, эти же вопросы должны волновать и уважаемые финансовые институты (как часть их — риск менеджмента, а не только программ социальной ответственности). Тема ответственного кредитования стала звучать громче летом 2008 г., когда вошло в силу требование обязательного информирования потребителей о полной стоимости кредита, годовых процентах. Ведущие банковские ассоциации приняли свои документы «Кодекс ответственного кредитования» (АсРос) и «Кодекс этического ведения бизнеса» (АРБ), лидеры рынка перешли к более полному раскрытию информации для потребителей.

¹ Финансовая грамотность и защита потребителей: Незамеченные аспекты кризиса. Рекомендации ОЭСР относительно надежной практики финансового образования и знания о кредитах. Июнь 2009 г.



В то же время Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (Закон о защите прав потребителей) предусматривает защиту прав потребителей в отношении не всех финансовых услуг. Этот закон распространяется только на договоры о предоставлении финансовых услуг для личных или семейных нужд или в иных целях, не связанных с предпринимательской деятельностью. К таким видам договоров могут быть отнесены договоры о предоставлении потребительского кредита, открытии банковского счета, оказании консультационных услуг, депонировании ценных бумаг, переводе денежных средств. Однако Закон о защите прав потребителей не распространяется на такие финансовые услуги, как операции с ценными бумагами, инвестиции и пенсионные вклады. Также остается неясным, все ли положения закона (например, положения ст. 3, относящиеся к защите прав потребителей) могут применяться к обязательному страхованию. В то же время надзор за деятельностью финансовых учреждений осуществляют органы финансового надзора — Банк России, ФСФР и Федеральная служба страхового надзора (Росстрахнадзор). При этом полномочия по регулированию и надзору за рыночным поведением распределены нечетко. В круг полномочий ФСФР России и Росстрахнадзора входит защита прав инвесторов и застрахованных лиц. Защита розничных потребителей банковских услуг находится в ведении Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор).

Таким образом, финансовое образование и защита прав потребителей отражает две стороны одной медали, при этом общим моментом для них является информированность по финансовым вопросам. В то время как ФО дополняет информированность путем обучения и предоставления рекомендаций, в защите прав потребителей акцент делается на том, чтобы законодательство и регулирование были направлены на обеспечение соблюдения минимальных стандартов, предоставление клиентам соответствующей информации и укрепление правовой защиты потребителей.

3.9.1. Деятельность Роспотребнадзора в области защиты прав потребителей финансовых услуг

Деятельность Роспотребнадзора в области защиты прав потребителей финансовых услуг преследуют следующие цели:

- 1) предоставление потребителям четкой и сравнимой информации о финансовых услугах;
- 2) запрещение обманной или мошеннической практики в области финансовых услуг;
- 3) обеспечение эффективного механизма разрешения споров между финансовыми организациями и населением;
- 4) обеспечение доступа к просвещению потребителей относительно рисков и преимуществ использования розничных финансовых услуг.

Основные направления деятельности Роспотребнадзора по повышению уровня правовых знаний граждан в области защиты прав потребителей:

1) систематическое информирование потребителей о работе территориальных органов Роспотребнадзора, их структурных подразделений и подведомственных организаций, в том числе посредством организации «горячих линий» с использованием средств электросвязи;

2) ежегодные мероприятия по проведению Всемирного дня защиты прав потребителей (15 марта);

3) формирование основ потребительской культуры населения через средства массовой информации;

4) повышение уровня потребительского образования через издание специальной литературы, в том числе электронных изданий;

5) проведение специализированных, в том числе целевых, мероприятий совместно с общественными объединениями потребителей, а также при непосредственном участии самих потребителей;

6) стимулирование хозяйствующих субъектов к добросовестному информированию потребителей, обеспечивающему транспарентность потребительских характеристик товаров (работ, услуг) и связанных с их оборотом обязательств;

7) формирование потребительских инфотек, а также содействие информационно-просветительской работе публичных библиотек в области защиты прав потребителей (рис. 3.4);

8) непосредственное консультирование потребителей по вопросам защиты их прав, в том числе в рамках работы общественных приемных (рис. 3.5);

9) дистанционная работа с потребителями и предпринимателями через сеть Интернет, в том числе, организация online-консультаций и каналов «обратной связи».

«Одной из особенностей финансового кризиса является возникновение недостаточно регулируемых альтернатив традиционным кредитным продуктам, в связи с чем неподготовленным потребителям пришлось иметь дело с не подходящими для них предложениями, недобросовестной практикой продажи продуктов, и в результате они приобретали кредитные продукты, обслуживать которые они были не в состоянии. Это свидетельствует о необходимости уделять больше внимания финансовому обучению и защите потребителей и подчеркивает значение финансовой грамотности как необходимого дополнения (но не заменителя) разумной системы регулирования финансовых рынков и пруденциального надзора». Финансовая грамотность и защита потребителей: Незамеченные аспекты кризиса.

Рекомендация ОЭСР относительно надлежащей практики финансового образования и знаний о кредитах. Июнь 2009 г.



* Федеральный закон от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»

** Федеральный закон от 13 мая 2009 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»

Рис. 3.4. Формы защиты прав потребителей

ИНФОРМИРОВАНИЕ (КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ) И ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПОТРЕБИТЕЛЯМ

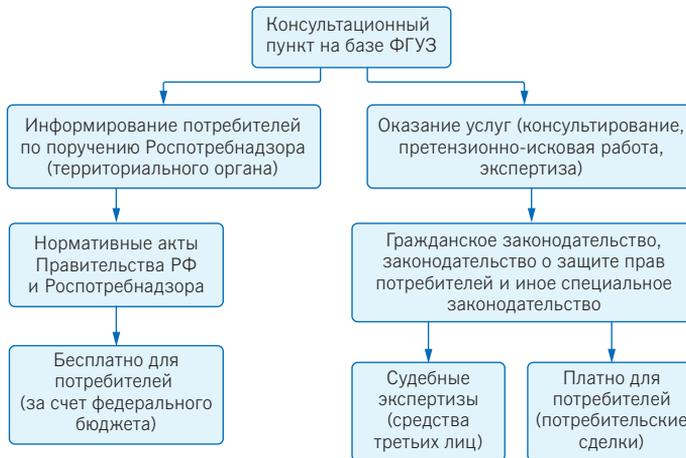


Рис. 3.5. Информирование (консультирование) потребителей

3.9.2. Межрегиональная общественная организация потребителей «Союз потребителей финансовых услуг»

Целью Союза потребителей финансовых услуг (ФинПотребСоюз)¹ является защита прав и законных интересов потребителей в сфере финансовых услуг, содействие созданию справедливого и цивилизованного потребительского финансового рынка в интересах российских граждан, финансовой грамотности и знаний среди широких слоев населения.

Ключевыми задачами ФинПотребСоюза являются:

- оказание юридической помощи и поддержки потребителям финансовых услуг по вопросам, связанным с соблюдением их законных прав и интересов;
- содействие в повышении эффективности и качества работы производителей и поставщиков розничных финансовых услуг;
- общественный контроль за соблюдением законодательства в области прав и интересов потребителей финансовых услуг;
- разработка стандартов в области финансовых услуг, предложения по созданию механизмов гарантирования соблюдения данных стандартов;
- повышение уровня информированности населения о рынке финансовых услуг и доверия к финансовым институтам;
- выявление и предотвращение мошенничества на рынке финансовых услуг, в том числе финансовых пирамид;
- распространение и внедрение финансовой грамотности и финансовых знаний среди широких слоев населения.

В рамках своей деятельности ФинПотребСоюз осуществляет взаимодействие с федеральными органами исполнительной власти: Роспотребнадзором, ФСФР России, Федеральной антимонопольной службой (ФАС России), Федеральной службой финансово-бюджетного надзора (Росфиннадзор), Государственной корпорацией «Агентство по страхованию вкладов» и др., сотрудничает с рядом общественных и профессиональных организаций: Национальной ассоциацией участников фондового рынка, Национальной фондовой ассоциацией, Ассоциацией российских банков, Ассоциацией региональных банков, Московской межбанковской валютной биржей, Фондовой биржей РТС.

3.10. Информирование населения через каналы СМИ по тематике финансовой грамотности

В средствах массовой информации в настоящее время публикуется много материалов по финансовому образованию населения, как от случая к случаю, так и на регулярной основе. Темы по финансовой грамотности представлены как в печатных, так и в электронных СМИ. Основным недостатком размещаемых материалов является отсутствие четкой структурированности и системности изложения.

¹ <http://finpotrebsouz.ru/>



Опыт реализации различных программ повышения ФГ, как в России, так и за рубежом, показывает, что целесообразно использовать возможности всех каналов передачи знаний для более широкого охвата аудитории. Печатные издания и публикации, телевидение, радио, тематические конференции и выступления информационно-просветительского характера в совокупности обладают синергетическим эффектом при формировании цивилизованных форм эффективного экономического поведения.

Телевидение и радио являются наиболее мощными информационными каналами с широким охватом разнообразной аудитории. Необходимость и недостаток специализированных программ по ФГ отмечают все участники финансового рынка. Спектр телевизионного и радиореPERTуара по ФГ может включать такие формы, как социальная реклама, информационные программы, ток-шоу, серийные программы.

Пример программ, посвященных финансовой грамотности:

- программа «Народная экономика» (Первый канал);
- программа «Диалог», «Наши деньги» (РБК ТВ);
- программа «Средний класс» (телеканал «НТВ»);
- программа «Открытая студия» (5 канал ТВ);
- программа «Финансовый ликбез» (3 канал ТВ);
- передача «Кредит доверия» (радиостанция «Эхо Москвы»);
- программы радиостанции «Комсомольская правда»;
- проект «Финансовый Ликбез» (информационное агентство «РИА Новости»);
- программы «Философия денег», «Инвестиции», «Бизнес и банки» и др. (телеканал «Про Деньги»).

Печатные материалы (листочки, брошюры, периодические СМИ) могут быть как ориентированными на широкую читательскую аудиторию, так и узкоспециализированными с учетом темы и конкретной целевой аудитории.

Для многих же, особенно молодых людей, основным каналом повышения финансовой грамотности является Интернет или же он используется в комбинации с другими информационными каналами.

Ниже приведены образовательные и информационные ресурсы по финансовой грамотности (табл. 3.1)

Средство информации	Основные характеристики
Всероссийский интернет-канал финансовой грамотности «ФинграмТВ»	<p>Организован Ассоциацией российских банков и Телекомпанией АРБ-ТВ «Банковское телевидение» при поддержке Правительства Москвы.</p> <p>Транслируется на официальных сайтах региональных администраций.</p> <p>С 1 марта 2011 г. «ФинграмТВ» начал трансляцию Всероссийского телевизионного марафона «Финансовое просвещение из региона в регион: нон стоп»</p>

Таблица 3.1.
Образовательные и информационные ресурсы по повышению ФГ населения России

Средство информации	Основные характеристики
	<p>(Камчатский край — Калининградская область — Москва), посвященного 20-летию Ассоциации российских банков.</p> <p>На телеканале представлены телевизионные лекции по ФГ, организуются телевстречи со специалистами финансового рынка грамотности, распространяются информационные материалы для печатных СМИ, проводятся социологические исследования и т.п.</p>
<p>Раздел «Финансовая грамотность» на сайте Ассоциации региональных банков России</p>	<p>Раздел содержит: полезные советы и статьи по использованию банковских продуктов (кредиты, депозиты, карты и др.), финансовый словарь, памятку заемщика Банка России, информацию про электронные деньги, наличные деньги</p>
<p>Общезаконодательная программа «Финансовая культура и безопасность граждан России»</p>	<p>Создана при поддержке Всероссийской политической партии «Единая Россия». Генеральным партнером программы выступило ОАО «УРАЛСИБ».</p> <p>В рамках программы реализовываются проекты и мероприятия, направленные на повышение финансовой культуры и защищенности всех слоев граждан. Основной акцент сделан на молодежь, в среде которой отмечается наиболее высокий запрос на повышение финансовой эрудиции</p>
<p>Портал «Азбука финансов»</p>	<p>Создан при поддержке Citi Foundation и VISA. Содержит: новости и анонсы событий финансовой тематики, информацию по разным аспектам личных финансов для взрослого населения (инвестиции, кредиты, налоги и т.д.), информацию для предпринимателей по открытию и ведению бизнеса, образовательные материалы для обучения ФГ</p>
<p>Сайт Межрегиональной общественной организации «Достижения молодых» — Junior Achievement Russia</p>	<p>Целевой аудиторией портала являются школьники, студенты, учителя школ и преподаватели вузов. Для учащихся на сайте размещаются материалы по тематике «Финансовая грамотность». Для учителей и преподавателей выкладывается информация об образовательных программах</p>
<p>Сайт «Центр финансовой грамотности»</p>	<p>Сайт создан при поддержке GE Money Bank. Он направлен на информирование потребителей о личных финансах, кредитных продуктах, особенностях использования заемных средств в понятной и доступной форме</p>



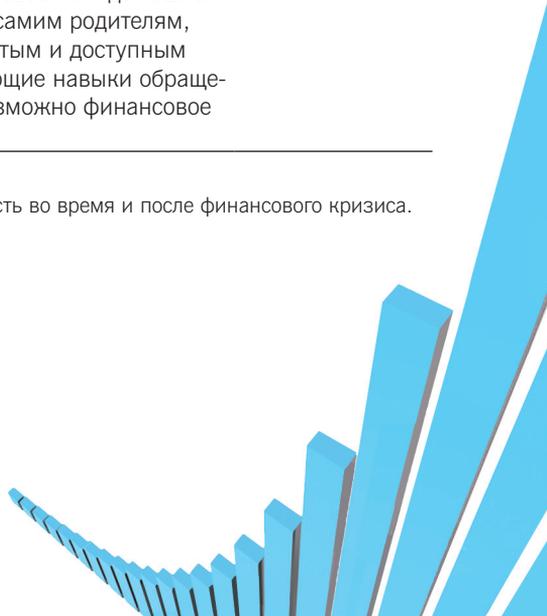
Продолжение

Средство информации	Основные характеристики
	Ориентирован на все слои населения, его задача — дать инструменты для эффективного денежного планирования, принятия ответственных финансовых решений, обеспечить финансовую безопасность для любого человека, не обладающего специальным образованием. На сайте можно найти полезные советы для принятия взвешенного решения о выборе и покупке кредита, а также обозначены основные механизмы взаимодействия с кредитными организациями
Портал «Город финансов»	На сайте размещены: финансовые новости, видеоматериалы по финансам, онлайн-программа по ведению бюджета, рейтинг регионов РФ по ФГ, справочная информация по личным финансам (инвестиции, кредиты, налоги и т.д.), рейтинг банков, анонсы финансовых событий, другие полезные ресурсы и сервисы и т.д.
Программа Экспертной группы по финансовому просвещению при ФСФР России	На сайте можно найти перспективные, действующие и завершенные проекты повышения ФГ, перечень полезных материалов для преподавания и самообразования, имеется возможность задать вопрос экспертам, имеются блоги членов Экспертной группы, события по финансовому просвещению в России, а также все новости Экспертной группы
Официальный портал организации «Союз заемщиков и вкладчиков» Финграмота. com	Содержит финансовые новости, информацию о проводимых мероприятиях, новости законодательства, полезные статьи
Игра «Финансовая грамотность»	Игра-симулятор позволяет студентам подготовиться к принятию финансовых решений, от которых зависит собственное благополучие и благополучие близких людей, и получить базовое представление о мире финансов, выбрать оптимальный для себя финансовый инструмент
Сайт «Муниципленка»	Сайт разработан Новосибирским муниципальным банком. Яркий и наглядный интерактивный сайт, содержащий материалы как для детей, так и для взрослых
Онлайн-игра «Финансовый футбол»	Продвигаясь по виртуальному футбольному полю к воротам соперника, игроки должны отвечать на вопросы по личным финансам, выбирая из нескольких вариантов ответов. В игре предусмотрены три уровня сложности — для старшеклассников, студентов и более

Окончание

Средство информации	Основные характеристики
	взрослой аудитории. Среди тем вопросов: управление личным бюджетом, грамотное пользование кредитом, картами и другими банковскими продуктами. Эта игра доступна в Интернете для всех желающих проверить свои финансовые знания с марта 2010 г.
«Школа начального финансового образования»	Серия семинаров об управлении личными финансами, проводимыми на постоянной основе. Они посвящены составлению личного финансового плана, созданию карты денежных потоков, особенностям и рискам инвестирования в различные инструменты (ПИФы, ценные бумаги, торговля акциями через Интернет, банковские депозиты, золото и многие другие)
Образовательный проект «Школа денег»	Совместная инициатива HSBC Holdings plc. и международного содружества «Достижения молодых» JA Worldwide®. Проект ориентирован, в первую очередь, на старшеклассников. Материалы, размещенные на сайте, будут хорошими помощниками в самостоятельном изучении фондового рынка. Образовательный проект «Школа денег» легко поможет углубиться в финансовую сферу новичкам, а для специалистов он будет полезен в качестве расширения кругозора и повышения своей финансовой эрудиции
Сайт проекта «Школа личных финансов для родителей»	Создан для помощи родителям в освоении «домашней науки о деньгах», необходимой и самим родителям, и их детям. На сайте проекта простым и доступным образом изложены основополагающие навыки обращения с деньгами, без которых невозможно финансовое процветание

* Часть программ уменьшили или прекратили свою деятельность во время и после финансового кризиса.





Литература

1. «Влияние кризиса 2008—2009 гг. на изменение экономического положения, сберегательного и кредитного поведения населения». Отчет о проведении маркетингового исследования, АНО НИСП», М., 2010.
2. Как научить ребенка обращаться с деньгами / Джолайн Годфри; пер. с англ. — М.: Издательство «Добрая Книга», 2006. — 224 с.
3. НАФИ. Критерии финансовой грамотности населения и пути ее повышения. Отчет по результатам исследования. М., 2008.
4. Обзор банковского сектора Российской Федерации, аналитические показатели (интернет-версия).
5. Обзор МФЦ. Михал Матуль и Катаржина Павляк. Ноябрь 2005 г.
6. Овчинников М. Обзор международной практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности. М., 2008.
7. Проект ОЭСР по вопросам финансового образования. (<http://www.oecd.org/dataoecd/61/47/46238943.pdf>)
8. Разработка инфраструктуры небанковских платежных агентов для повышения доступности финансовых услуг, журнал «Экономика, предпринимательство и право», № 3 (3) / 2011.
9. <http://www.buffett.ru/investments/?ID=4245>
10. Financial Capability in the UK: Establishing a Baseline
11. <http://www.mymoney.gov/>
12. http://www.treasury.gov/offices/domestic-finance/financial-institution/fin-education/docs/PACFL_ANNUAL_REPORT_1-16-09.pdf
13. National Standards in K — 12 Personal Finance Education / With Benchmarks, Knowledge Statements, and Glossary, 2007.
14. Goodbye to Complacency / Financial Literacy Education in the U. S. 2000—2005.
15. «Annamaria Lusardi. Financial Literacy: An Essential Tool for Informed Consumer Choice, 2008.
16. Taking Ownership of The Future. The National Strategy for Financial Literacy, 2006.
17. Habschick, Seidl, and Evers, 2007: Survey of Financial Literacy Schemes in the EU27 (Обследование программ повышения финансовой грамотности в 27 странах ЕС), VT Market Final Report, Evers Jung, (Отчет подготовлен для Комиссии ЕС).
18. Habschick, Seidl, and Evers, 2007: Survey of Financial Literacy Schemes in the EU27 (Обследование программ повышения финансовой грамотности в 27 странах ЕС), VT Market Final Report, Evers Jung, (Отчет подготовлен для Комиссии ЕС).
19. FDIC, 2007: A Longitudinal Evaluation of the Intermediate-term Impact of the «Money Smart» Financial Education Curriculum upon Consumers' Behavior and Confidence; Mandell, Lewis, 2008: Jump\$tart Financial Literacy Surveys of High School Seniors, 1997—2008, <http://www.jumpstart.org/>; Varcoe, K., A. Martin, Z. Devitto, and C. Go, 2005: Using a Financial Education Curriculum for

- Teens, Financial Counseling and Planning 16 (1); National Council of Economic Education, 2007: Financial Fitness for Life; Lopez-Fernandini, A., and K. Murrell, 2008: New America Foundation New America Foundation & Citi Foundation, <http://www.newamerica.net/publications/policy/>
20. Willis, Lauren E., 2008: Against Financial-Literacy Education, Iowa Law Review, Issue 94 (1), <http://papers.ssrn.com/abstract=1105384>; Cole, Shawn and Gauri Kartini Shastry, 2007: If You Are So Smart, Why Aren't You Rich? The Effects of Education, Financial Literacy, and Cognitive Ability on Financial Market Participation; Mundy, Shaun, 2008: Financial Education in Schools: Analysis of Selected Current Programmes and Literature — Draft Recommendations for Good Practices, published in proceedings of OECD-US Treasury International Conference on Financial Education, Washington DC; Lopez-Fernandini, A., Karen Murrell, 2008: New America Foundation New America Foundation & Citi Foundation.
 21. Polak, Marcin, 2009: www.thinkpoint.pl; Financial education programs in Poland, www.kroeneberg.org.pl (Программы финансового образования в Польше).
 22. Fits fur Geld, 2006: Driving License for Finance, Evaluation Report, Internal document.
 23. OECD, 2006: The importance of Financial Education.
 24. Danes, S. and H. Haberman, 2007: Teen Financial Knowledge, Self-Efficacy, and Behavior: A Gendered View, Financial Counseling and Planning 18.
 25. Organisation for Economic Co-operation and Development, Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies, November 2005 (ОЭСР, Повышение финансовой грамотности, анализ проблем и политики).
 26. Financial Capability in the UK: Delivering Change.
 27. <http://www.mymoney.gov/>
 28. <http://www.consumerfinance.gov/the-bureau/>
 29. <http://www.financial-education.org>
 30. Financial literacy: Women understanding money (Commonwealth of Australia), 2008.
 31. <http://www.dolceta.eu/malta/>
 32. <http://www.fsa.gov.uk/Pages/About/Who/index.shtml>
 33. Survey of financial literacy schemes in the eu27.
 34. National Endowment For Financial Education. Young Adults' Finances Poll.
 35. Financial Education Clearinghouse.
 36. <http://www.bankers.asn.au/About-ABA/default.aspx>
 37. Financing your farm: a practical guide to financial growth / [Alan Blackburn, Rod Ashby], [Sydney]: Australian Bankers' Association, 2006.
 38. <http://www.childrensfinancialnetwork.com/>
 39. http://finposter.ru/mir-economiki/ssha_pravitelstvo_zabotitsja_o_finansovoj_gramotnosti_nasjeljenija.php
 40. <http://www.independentmeans.com/>
 41. Microfinance Opportunities (www.microfinanceopportunities.org)
 42. Freedom from Hunger (www.ffhresource.org)
 43. www.mfc.org.pl/research/
 44. www.microfinanceopportunities.org
 45. <http://www.financiallit.org/>
 46. «Attitudes to Saving in Poland» — report of the Leopold Kronenberg Foundation and the Financial Supervision Authority, Pentor, October 2008.
 47. www.kronenberg.org.pl
 48. <http://www.wydawnictwoportal.pl/>



Международные информационные ресурсы, посвященные вопросам ФГ

Сайты, посвященные вопросам финансовой грамотности и личным финансам:

- www.mymoney.gov
- www.financial-education.org
- www.mymoneyskills.com
- www.dolcheta.eu
- www.childrenfinancialnetwork.com
- <http://www.jumpstart.org/> — на этом сайте даны ссылки на огромное количество сайтов по финансовой грамотности
- <http://finance.yahoo.com>
- <http://www.practicalmoneyskills.com/index.php>
- www.moneycentral.msn.com
- <http://money.cnn.com/pf/101>
- www.NTRBonline.org
- www.usatoday.com/money/front.htm
- www.independantmeans.com

Сайты, посвященные вопросам инвестирования:

- www.bloomberg.com
- www.invest-faq.com
- www.investorwords.com
- www.younginvestor.com