

## Интерес к овладению финансовой грамотностью в жизненных практиках россиян

Усложняющиеся процессы формирования российской экономической системы и развития финансового рынка, сопровождающие их демографические и социально-политические изменения, актуализируют значение грамотных индивидуальных финансовых решений. Финансовая грамотность становится ресурсом, способным обеспечить материальное благополучие каждому человеку, и одним из важнейших навыков его жизни. Согласно данным отечественных исследований, доля населения, обладающего актуальными финансовыми знаниями и умениями, незначительна. Проблемы овладения россиянами финансовой грамотностью посредством вовлеченности в использование новых электронных финансовых услуг стали темой данной статьи.

*Ключевые слова:* финансовая грамотность, финансовое поведение, личное финансовое благополучие.

Финансовый аспект сегодня активно проникает практически во все сферы жизнедеятельности человека. Используя современные технологии, финансовая сфера предлагает огромное число новых электронных финансовых сервисов от интернет-банков до виртуальных денег, от сервисов по планированию личных финансов до программ-роботов, торгующих акциями на фондовом рынке. Грамотное использование всех этих предложений выдвигает на передний план проблему овладения финансовой грамотностью не только в узких сегментах профессионалов, но и в широких слоях обычных потребителей. Отсутствие грамотного подхода к управлению личными финансами и неумение использовать новые электронные возможности, предлагаемые финансовыми рынками, затрудняет обеспечение личного финансового благополучия. В этой связи актуализируется потребность

в изучении состояния вовлеченности разных социальных групп населения в процесс управления личными финансами и факторов, определяющих уровень интереса россиян к овладению финансовой грамотностью.

В международной практике финансовая грамотность определяется как способность физических лиц управлять своими финансами и принимать эффективные краткосрочные и долгосрочные финансовые решения. В рамках Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации<sup>1</sup> под финансовой грамотностью населения понимается способность граждан России: эффективно управлять личными финансами; осуществлять учет расходов и доходов домохозяйства и осуществлять краткосрочное и долгосрочное финансовое планирование; оптимизировать соотношение между сбережениями и потреблением; разбираться в особенностях различных финансовых продуктов и услуг; принимать обоснованные решения в отношении финансовых продуктов и услуг и осознанно нести ответственность за такие решения; компетентно планировать и осуществлять пенсионные накопления. Необходимость принятия такой программы продиктована тем, что финансовая грамотность российских граждан, по данным многочисленных исследований, находится на довольно низком уровне: люди малограмотны в финансовом отношении, практически не доверяют никаким институтам финансового рынка, не склонны к рациональному поведению в сфере денег и соответственно включенность населения в пользование электронными финансовыми сервисами невысока, хотя и растет с каждым годом. По оценкам самих россиян, финансово грамотными считают себя 20%<sup>2</sup>. Это невысокий результат даже для самоопределения, которое всегда дает более оптимистичные картинки, чем реальное положение дел. Ведь именно владение деньгами, по оценкам 70% россиян, материальными или другими ценностями, соответственно умение грамотно с ними обращаться определяют сегодня социальное положение и престиж человека в нашем обществе<sup>3</sup>.

Эффективно управлять личными финансами в России крайне затруднительно и тому есть сразу несколько причин. Во-первых, более 70 лет развития страны в рамках социалистической экономической модели практически исключили возможность для большинства граждан России получить какое-либо представление даже о простых финансовых продуктах и услугах. Во-вторых, переход страны к рыночной экономике был усугублен денежными реформами, проведенными государством в начале 1990-х гг., и финансовым кризисом августа 1998 г., что окончательно запугало большинство россиян, сделав их жертвами многочисленных финансовых

пирамид. Это негативно сказалось на отношении к финансовым продуктам и повышению уровня практической финансовой грамотности населения. В-третьих, финансовые знания и умения распространены крайне неравномерно: уровень информационной асимметрии между потребителями финансовых продуктов и услуг и их поставщиками очень высокий. Это обстоятельство приводит к когнитивному противоречию, существованию двух крайностей в восприятии гражданами уровня своей финансовой грамотности. Одна категория граждан полагает финансовые понятия весьма сложными для понимания и считает, что уровень их финансовой подготовки невысок, в то же время граждане другой категории переоценивают свое понимание финансовых вопросов. Результат один и тот же, обе категории граждан принимают необоснованные финансовые решения или становятся жертвами финансовых злоупотреблений.

Уровень оценки респондентами знаний в области финансовой грамотности колеблется вслед за изменениями экономической ситуации. Доля тех, кто оценил свой уровень финансовой грамотности неудовлетворительно, выросла с 20% в 2008 г. до 32% в 2013 г. Сохранилась тенденция к увеличению числа респондентов, признающихся в отсутствии знаний и навыков в сфере личных финансов (7% в 2010 г., 15% в 2011 г., 18% в 2013 г.)<sup>4</sup>. Остается низкой (на уровне 11–12%) и практически не меняется начиная с 2009 г. доля россиян, ведущих строгий учет доходов и расходов, менее трети россиян ведут семейный бюджет. Такая ситуация в значительной степени сложилась под влиянием экономического кризиса 2008–2009 гг.

Проявлением текущего кризиса можно считать формирование субъективного восприятия уровня финансовой грамотности у россиян. Растет число респондентов, которые стали оценивать выше свою финансовую грамотность: доля опрошенных в 2015 г., считающих себя финансово грамотными, выросла до 20%, остановив падение подобных оценок в предыдущие годы (до 13% в 2013 году). Сократилось также число тех, кто имеет скудные знания в сфере финансов (с 49% до 34%)<sup>5</sup>. Активное проникновение банковских услуг в повседневную жизнь людей и охват этими услугами широких слоев населения повышают вовлеченность россиян в пользование пластиковыми картами и банковскими кредитами. В Сбербанке сберегательные книжки для пенсионеров меняют на пластиковые карточки. Активно растут объемы зарплатных проектов с использованием пластиковых карт, когда заработная плата перечисляется на банковские пластиковые карты, минуя наличную выдачу денег. Развивается эквайринг в торговых сетях, внедряются современные

сервисы дистанционного самообслуживания. Результаты исследований говорят о том, что изменилось восприятие уровня собственной финансовой грамотности под влиянием роста реального опыта использования электронных финансовых услуг. Формируется своеобразная субъективная финансовая грамотность, которая не имеет ничего общего с объективным ее уровнем. Попробуем проанализировать, верно ли, что формируется субъективное представление о повышении уровня финансовой грамотности россиян или действительно произошли изменения под влиянием практик использования электронных услуг? Становится ли финансовое поведение людей более рациональным и ведет ли это к повышению финансовой грамотности населения в целом в условиях текущего кризиса?

Нестабильная экономическая обстановка в стране повлияла на группу низкодоходных граждан, доля которых выросла за последний год (25% в 2015 г. против 18% в 2014 г.). Доля бедного населения впервые за десять лет показала тенденцию к росту (3% в 2013–2014 гг., 7% в 2015)<sup>6</sup>. Подавляющая часть населения ощущает на себе влияние кризиса: более 90% опрошенных отмечают снижение покупательной способности, а 53% – указывают на неспособность делать накопления<sup>7</sup>. Основной удар кризиса пришелся на слои населения с низкими доходами, часть из которых сообщает, что находится на грани выживания и не может позволить себе ничего, кроме основных продуктов питания. Эти социальные группы являются особенно уязвимыми и их доходы чаще всего формируются только за счет заработной платы на основном месте работы. По данным ФОМ, при распоряжении своими доходами в повседневной жизни 41% населения тратят все деньги и ничего не откладывают, еще 42% – тратят деньги на текущие нужды, а то, что остается – откладывают, только 14% – сначала что-то откладывают, а потом тратят на текущие нужды<sup>8</sup>. Последняя группа респондентов представляет собой ту аудиторию, для которой управление финансами не потеряло актуальности в связи с падением уровня доходов, обусловленным влиянием кризиса. Если обратиться к ответам пользователей интернет-банкинга или мобильного банка, то доля тех, кто сначала что-то откладывает, а потом тратит на текущие нужды, возрастает до 19%, а количество тех, кто тратит все деньги и ничего не откладывает, падает до 33%. Интерес к пользованию новыми финансовыми услугами, от пластиковых карт до электронных сервисов по планированию бюджета, проявляют представители аудитории, которая имеет определенные материальные ресурсы для их реализации и включена в пользование новыми электронными сервисами.

Большинство в кризисной России независимо от включенности в практики использования электронных услуг не имеет возможности реализовывать накопительные стратегии: каждый четвертый не видит смысла в практиках ведения семейного бюджета и столько же россиян не ведут учет расходов и доходов по причине низких заработков, считают, что нет смысла планировать, так как тратить на текущие расходы приходится весь заработок. Основная причина, по которой не происходит переход к грамотному использованию финансовых средств – это отсутствие свободных денег. Так, около 3% жителей Калининградской области считают, что «сейчас лучше тратить, чем копить», хотя в предвзятом отношении к финансовым институтам признались только 5% респондентов, которые тратят все деньги, так как считают финансовую систему ненадежной. Большинство (около 82%) не делающих сбережения ответили, что денег просто нет<sup>9</sup>.

Встает главный вопрос: кто, кого и чему должен учить в целях повышения финансовой грамотности населения в целом?

При современном уровне развития финансовых технологий грамотно обращаться с финансовыми продуктами возможно, только имея специальные профессиональные знания. Поэтому сегодня на финансовом рынке работает большое количество брокеров, инвестиционных менеджеров, всевозможных финансовых консультантов, которые оказывают физическим лицам все услуги, связанные с обслуживанием финансовых операций.

Любое коммерческое производство имеет своей целью получение прибыли, и финансовая деятельность не исключение. Коммуникация финансовых организаций с целевым рынком построена на основе социально-этического маркетинга, основная концепция которого предполагает получение прибыли за счет обеспечения желаемой удовлетворенности более эффективными и продуктивными (чем у конкурентов) способами с одновременным сохранением или укреплением благополучия потребителя и общества в целом. В подавляющем большинстве случаев коммуникация на рынке предложений финансовых услуг практикует подмену рациональных мотивов эмоциональными, что объясняется разными векторами содержательного наполнения целей потребителей и производителей финансовых услуг. Использование сложных банковских продуктов, продуктов страховых, инвестиционных компаний или негосударственных пенсионных фондов требует наличия материального ресурса в виде свободных для инвестиций денег и высокой финансовой грамотности.

Россияне, оценивающие свое материальное положение как хорошее и очень хорошее, считают, что обладают хорошими знани-

ями и навыками в области финансовой грамотности (19%), столько же оценивают свои знания как плохие. Россияне, оценивающие свое материальное положение как плохое и очень плохое, в три раза реже дают своим финансовым знаниям высокую оценку, в то же время оценивают свои знания как неудовлетворительные, плохие почти в полтора раза чаще (28%), чем высокодоходная группа<sup>10</sup>. Уровень доходов и активность пользования Интернетом значительно влияют на субъективную самооценку уровня финансовой грамотности респондента. У высокодоходных групп граждан, по их оценкам, и так достаточно хорошие знания в области использования финансовых продуктов. Причем москвичи и высокодоходные группы респондентов охотнее выбирают на роли наставников по финансовой грамотности профессионалов: экспертов коммерческих банков (21%), пенсионных фондов и/или страховых компаний (34%) и независимых финансовых консультантов (33%), нежели опрошенные в целом по стране (14%, 23% и 23% соответственно)<sup>11</sup>. Поэтому встает вопрос: если у тех, кто обладает хорошим материальным положением, уже есть знания в области финансовой грамотности или они пользуются услугами профессионалов в этой области, какие знания нужны тем, у кого нет материального ресурса для включения в активное и грамотное финансовое поведение?

Россияне делают свой выбор по поводу того, кому доверить вопросы повышения своей финансовой грамотности. Растет число респондентов, которые считают, что это компетенция представителей государственных организаций, контролирующих финансовые рынки (37% в 2014 г., 34% в 2008 г.), и высших учебных заведений экономического и финансового профиля (27% против 23% соответственно). Желание доверять подобные вопросы частным организациям у россиян заметно снизилось. В 2008 г. в качестве учителей по финансовой грамотности 23% респондентов готовы были видеть представителей неправительственных или общественных организаций, занимающихся защитой прав потребителей, в 2014 – лишь 14%<sup>12</sup>. Изменился и спектр тем, связанных с управлением личными финансами, которые волнуют россиян. Больше всего респондентов интересуют законы, защищающие права потребителей, принципы их применения (45%), особенности подписания договоров с банками и другими финансовыми организациями (40%), а также разумное пользование банковскими кредитами (29%). Эти три темы, ставшие наиболее актуальными для населения уже на протяжении двух лет, определяют характер отношений, который сложился на финансовом рынке. Потребители нуждаются в защите своих прав и в знаниях в области правоприменения в практическом смысле. Для москвичей на первое место по значимости выходит

получение информации о «подводных камнях» в подписании договоров с банками и другими финансовыми компаниями (отметили 53%). Россияне стали активнее интересоваться возможными рисками (с 19% в 2012 г. до 24% в 2014) и параметрами сравнения услуг различных финансовых организаций (с 8% до 15% соответственно)<sup>13</sup>. Несмотря на то что недоверие финансовым организациям не высказывают большое количество респондентов, люди понимают, что взаимодействие с финансовыми организациями – это «игра в одни ворота», закрепленная в законодательных актах, обеспечивающих, прежде всего, интересы финансовых организаций. Поэтому потребители финансовых продуктов пытаются себя защитить. Каждому пятому россиянину неинтересна ни одна из тем, связанных с управлением личными финансами, что еще раз говорит об отсутствии у него ресурсов для осуществления такого управления. Для значительной части аудитории управление финансами потеряло актуальность в связи с падением уровня доходов, обусловленным кризисным состоянием внешней экономической среды.

Спрос на новые электронные платежные инструменты и сервисы постоянно растет в условиях снижения притока на рынок платежеспособного потребителя. Расширение финансовых сервисов и овладение финансовой грамотностью происходит для узкого сегмента уже включенных пользователей, обладающих достаточными материальными ресурсами. В структуре их спроса присутствуют такие запросы, как быстрое, предсказуемое и с минимальными потерями времени и средств решение проблем, связанных с платежами, переводами, удобными формами оплаты, предполагающими отказ от реквизитов, автоплатеж, использование кошелька как базы данных, а также осуществление всех этих сервисов на коммуникационных площадках, когда получатель в своем чате выбирает, куда попадут деньги.

Тенденцию в области повышения финансовой культуры и расширения финансовой грамотности можно охарактеризовать как имеющую интенсивный, а не экстенсивный характер. Углубление знаний в области рационального финансового поведения происходит на узком сегменте уже включенных в новые финансовые практики пользователей. Они выделяются активной жизненной позицией, наличием свободных материальных ресурсов, открыты к освоению новых возможностей в финансовой сфере для упрощения расчетов и экономии времени. Финансовая грамотность этого сегмента повышается по мере освоения новых практик использования финансовых сервисов. Хотя изначально задача ставилась добиться повышения финансовой грамотности на широком сегменте пользователей с разным уровнем дохода. Но в российской действитель-

ности самый широкий сегмент российского рынка финансовых услуг это люди, использующие зарплатный проект и не имеющие возможности принять участие в использовании инновационных электронных услуг, предлагаемых финансовыми организациями. Их основные интересы – защитить свои сбережения, а не инвестировать или грамотно распределить свои финансы, так как практически все, что они получают, тратят на текущие нужды. Для значительной части этой аудитории управление финансами потеряло актуальность в связи с падением уровня доходов, обусловленным кризисным изменением условий внешней экономической среды.

В современной российской реальности более высокий доход позволяет не только удовлетворять текущие потребности граждан и их семей, но и предоставляет им возможность заботиться о своем будущем, свободнее используя разнообразные финансовые продукты и услуги для сохранения, инвестирования и приумножения своих средств, а также повышения грамотности в области финансового поведения.

#### Примечания

- <sup>1</sup> Концепция Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2008 г. № 2043-р. [Электронный ресурс] URL: <http://www.misbfm.ru/node/11143> (дата обращения: 05.03.2015).
- <sup>2</sup> Инициативный Всероссийский опрос НАФИ проведен в апреле 2015 г. Опрошено 1600 человек в 132 населенных пунктах в 46 регионах России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%.
- <sup>3</sup> Всероссийский социологический опрос, проведен 25–30 октября 2014г. Опрошено 1750 человек в 18 регионах страны с учетом репрезентативной выборки по полу, образованию, семейному положению, месту жительства, форм собственности и трудовому стажу. Метод: анкетирование. Опрос проведен во всех экономических районах страны, представляющих Центральную Россию, Поволжье, Юг России, Урал, Сибирь и Дальний Восток, а также два мегаполиса – Москву и Санкт-Петербург.
- <sup>4</sup> Аймалетдинов Т.А., Имаева Г.Р., Лобанова И.А., Любимова М.В. Энциклопедия финансового поведения россиян: 2013. М.: Радуга, 2013.
- <sup>5</sup> Противоречивая финансовая грамотность россиян // НАФИ: Аналитический центр. [Электронный ресурс] URL: <http://nacfin.ru/protivorechivaya-finansovaya-gramotnost-rossiyan/> (дата обращения: 05.09.2015).
- <sup>6</sup> Там же.
- <sup>7</sup> Исследование PricewaterhouseCoopers: Экономический кризис в России в 2015 году // Центр гуманитарных технологий, 23.06.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://gtmarket.ru/news/2015/06/23/7209> (дата обращения: 10.09.2015).

- <sup>8</sup> «ФОМнибус» – опрос граждан от 18 лет и старше, 9 февраля 2014 г., 43 субъекта РФ, 100 населенных пунктов, 1500 респондентов. Интервью по месту жительства. Статистическая погрешность не превышает 3,6%.
- <sup>9</sup> «Финансовая грамотность и финансовое поведение жителей Калининградской области»: социологическое исследование для подготовки целевой программы «Повышение уровня финансовой грамотности жителей Калининградской области в 2011–2015 гг.». [Электронный ресурс]. URL: [https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.minfin39.ru%2Factual%2FFinans\\_2011.pdf&name=Finans\\_2011.pdf&lang=ru&c=571f3bca8f2c](https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fwww.minfin39.ru%2Factual%2FFinans_2011.pdf&name=Finans_2011.pdf&lang=ru&c=571f3bca8f2c) (дата обращения: 10.09.2015).
- <sup>10</sup> Инициативный Всероссийский опрос НАФИ проведен в ноябре 2014 г. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах и 42 регионах России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%.
- <sup>11</sup> Там же.
- <sup>12</sup> Там же.
- <sup>13</sup> Там же.