

## Финансовая грамотность россиян (динамика и перспективы)

*О. Е. Кузина,*

*профессор кафедры экономической социологии*

*Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»*

Задача повышения уровня финансовой грамотности населения на протяжении последних 10–15 лет и особенно после обострения мирового финансово-экономического кризиса в 2008 г. стала одной из актуальных для правительств многих стран. С одной стороны, очевидно, что современные финансовые услуги позволяют потребителям улучшать качество их жизни. Так, например, страхование жизни компенсирует потерю дохода из-за проблем со здоровьем, негосударственные пенсионные фонды создают резерв для получения дополнительных выплат на пенсии и т. д. Однако потребители зачастую оказываются неспособными использовать финансовые инструменты эффективно, поскольку не обладают достаточными знаниями и навыками. Например, опыт развитых стран, перешедших на накопительные пенсионные системы, показывает, что люди сберегают слишком мало для того, чтобы накопить на достойную пенсию, оказываются не в состоянии обслуживать собственные долги из-за высокой задолженности по кредитным картам.

Современный финансовый рынок интенсивно развивается, появляются новые продукты для населения, причем стремительно расширяется как спектр продавцов, так и ассортимент услуг. Финансовые услуги сегодня оказывают уже не только банки и страховые компании, на рынке становятся популярными продукты, которых еще не было и пять–десять лет назад.

Финансовая неграмотность населения отрицательно сказывается не только на личном благосостоянии населения, но и на финансовых рынках. Неподготовленные клиенты финансовых услуг несут «некачественные деньги». Если таких клиентов много, то рынки начинают вести себя неадекватно. Неквалифицированные инвесторы больше подвержены панике, некомпетентные заемщики перестают обслуживать свои долги, неграмотные клиенты оказываются не в состоянии сделать информированный выбор, что приводит к недобросовестной конкуренции и росту спекулятивных настроений на рынке.

Для того чтобы повысить уровень финансовой грамотности, правительства многих стран разработали и стали реализовывать национальные программы финансового образования населения. Сегодня такие программы уже есть в Великобритании, США, Канаде, Австралии, Германии, Польше и других странах. В России национальная программа повышения финансовой грамотности, рассчитанная на пять лет, стартовала в 2011 г. Для того чтобы выявить, в чем именно проявляется финансовая неграмотность россиян, в 2008–2010 гг. были проведены исследова-

ния некоторых параметров финансовой грамотности населения<sup>1</sup>. Кризис, начавшийся осенью 2008 г., поставил еще одну задачу: сравнить динамику субъективной и объективных компонент финансовой грамотности во время кризиса. Было интересно понять, как кризис повлиял на знания, навыки и установки населения в отношении личных финансов, а также на субъективные представления людей о том, насколько финансово грамотными они себя считают.

Выводы исследования свидетельствуют о том, что уровень финансовой грамотности россиян невысок. Причем ответы на тестовые вопросы показали, что за время кризиса этот уровень практически не изменился, тогда как динамика ответов на вопрос о субъективной оценке своей финансовой компетентности за тот же период показала положительную тенденцию: если в июне 2008 г. половина людей оценивала свои знания как неудовлетворительные, то в феврале 2010 г. их доля сократилась до трети. Если предположить, что объективные тесты измеряют существенные параметры финансовой грамотности, то такое расхождение в динамике объективных и субъективных показателей свидетельствует об опасном тренде роста излишней уверенности потребителей. Скорее всего, это является результатом того, что во время кризиса средства массовой информации неизбежно чаще писали и рассуждали об экономике. Увеличение потока информации привело к тому, что люди стали чувствовать себя более разбирающимися в этих вопросах, даже несмотря на то, что их финансовые компетенции не изменились. Однако как только объем экономической информации сократился, субъективные оценки уровня финансовой грамотности снова стали снижаться.

На основании наблюдений можно сделать вывод о том, что внедрять механизм повышения финансовой грамотности со стороны государства нужно с большой осторожностью, поскольку увеличение потока информации на финансово-экономические темы в ходе реализации соответствующей программы может привести к росту уверенности потребителей, тогда как их финансовые компетенции останутся на том же уровне. Исследования эффективности различных программ финансового просвещения за рубежом (А. Atkinson, 2008) пока не дают ответа на вопрос о том, возможно ли с помощью таких программ повлиять на установки и поведение людей в области финансов. Если ставится цель – изменение финансового поведения населения, – то этого изменения можно также достичь, направив эти ресурсы не на финансовое просвещение, а на измене-

<sup>1</sup> Данные опросов Всемирного банка, НАФИ, НИУ ВШЭ.

ние институтов финансового рынка. Например, если мы хотим добиться, чтобы люди на пенсии имели достаточный для достойной жизни доход, то это возможно обеспечить за счет увеличения налогов и отчислений в государственную пенсионную систему, а не убеждая людей в необходимости делать такие отчисления добровольно.

Важно понимать, что если сегодня ответственность за принятие финансовых решений перекладывается на человека, то при разработке программ финансового просвещения нужно избегать навязывания людям определенных моделей поведения. Надо учить людей работать с информацией, а не слепо следовать советам других, иначе они будут отвечать собственными деньгами за решения, которые им навязали. Например, до современного финансового кризиса многие эксперты и аналитики финансового рынка жаловались на то, что домохозяйства придерживаются слишком консервативных стратегий, упуская возможности получения более высокой отдачи от своих сбережений. Однако сейчас эти рекомендации уже воспринимаются как неадекватные в связи с теми потерями, которые понесли домохозяйства в ходе этого кризиса. Даже если оставить в стороне проблемы, связанные с кризисным периодом, на наш взгляд, в финансовых вопросах не существует прописных истин, которые были бы для всех групп населения и на все случаи жизни. Например, казалось бы, правильное утверждение о том, что необходимо иметь сбережения, не так уж и бесспорно, поскольку нетрудно представить себе ситуацию, при которой сбережения могут быть менее эффективны с точки зрения долгосрочной отдачи по сравнению с вложениями в образование.

Возникает сомнение и в том, что задачей программ повышения финансовой грамотности является пропаганда «правильных» образцов финансового поведения, которые должны быть навязаны людям любым способом, включая маркетинговые воздействия. Для этого не нужно тратить государственные деньги и создавать специальные структуры, поскольку этим как раз занимаются маркетинговые отделы финансовых компаний, привлекая к себе клиентов с помощью рекламы и соответствующих технологий. Программы финансового просвещения, на наш взгляд, должны быть нацелены на то, чтобы научить потребителей делать самостоятельный информированный выбор при покупке финансовых услуг, а не имитировать чье-то правильное поведение или следовать чужим, пусть даже абсолютно верным советам. Потребителям стоило бы научиться видеть и оценивать риски, уметь отличать информацию от рекламы, а также знать, как защитить свои права как потребителя в случае их нарушения. Эти способности и навыки, на наш взгляд, нельзя развить с помощью социального маркетинга. Если и предлагать какие-то готовые решения или модели, то лучше это делать не как рецепты правильного поведения, а в виде предупреждений о том, какие действия являются неправильными.

*В отношении определения понятия финансовой грамотности есть несколько подходов.* Первый оперирует понятием именно грамотности (*financial literacy*), второй – финансовой компетентности (*financial capability*). Грамотность делает акцент на знаниях, компетентность – на применении знаний на практике. Акцент на измерении финансовой грамотности делается в проекте ОЭСР, тогда как Всемирный банк в настоящее время проводит

исследование по обоснованию универсальной модели измерения уровня финансовой грамотности в странах с различным уровнем дохода, используя методику измерения финансовой компетентности.

Трудно определить, какая из методик лучше. На первый взгляд кажется, что понятие финансовой компетентности правильно указывает на необходимость разграничения знаний и компетенций – если человек знает, но не применяет свои знания на практике, то фактически его знания не работают. Например, если потребитель знает, что в стране действует система страхования вкладов и максимальная сумма страхового покрытия в одном банке составляет 700 000 руб., но он не умеет определить, какие банки входят в данную систему, и не понимает, как на практике сделать вклад, который будет защищен, то толку от таких знаний немного.

Однако финансовое поведение людей является многофакторным явлением, и не только отсутствие знаний влияет на него. Так, например, если у человека нет вклада в банке, то причиной может быть как недостаточный уровень дохода, так и отказ от пользования данным инструментом из-за отрицательных реальных процентных ставок по депозитам или представления о высоком риске системного кризиса банковской системы. Другим жизненным примером того, когда знания расходятся с действительностью, является пример с пенсионными стратегиями граждан. У россиян практически отсутствуют финансовые стратегии обеспечения приемлемого уровня жизни в старости, однако трудно дать однозначную оценку уровня их компетенций без понимания того, в чем заключается причина неиспользования: в недостатке финансовой грамотности или в высокой оценке уровня риска данных инструментов.

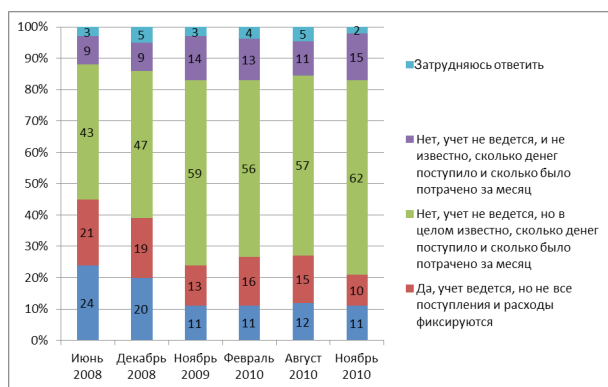
Поэтому в эмпирических исследованиях довольно трудно реализовать компетентный подход к измерению финансовой грамотности в странах с нестабильной системой финансовых институтов, поскольку нет однозначности в трактовке причин отказа от пользования финансовыми инструментами, а также поскольку большинство вопросов, измеряющих компетенции, имеют в основном форму субъективных самооценок, нежели объективных тестов. Поэтому для проведения мониторинга финансовой грамотности населения было отобрано несколько вопросов, сочетающих в себе измерение как компетенций, так и знаний.

В области сбережений тестировались знания о системе страхования вкладов, а также оценка степени собственной информированности о действии данной системы. Интересно также следующее: читают ли люди договоры перед покупкой финансовых продуктов и насколько им понятны употребляемые в данных документах термины? Проводят ли сравнение условий и цен на интересующие их услуги у разных поставщиков или нет? Ведут ли бюджет доходов и расходов? Насколько чувствуют себя защищенными в случае возникновения конфликта с финансовой организацией? Знают ли о том, что управляющие компании не имеют права обещать доходность на инвестиции?

*Рассмотрим более подробно результаты мониторинга финансовой грамотности населения.*

Менее половины россиян ведут бюджеты доходов и расходов, причем за время кризиса их доля еще сократилась в два раза. Почему такое могло произойти?

Казалось бы, в кризис, наоборот, люди должны начать бережнее обращаться со своими деньгами, точнее их учитывать. Объяснения, связанные с некорректными данными, можно сразу отбросить – снижение зафиксировано в нескольких опросах, что свидетельствует о надежности измерения данного индикатора. Причина, на наш взгляд, в том, что во время кризиса не произошло значительного ухудшения материального положения населения, реальные доходы населения в целом не снизились, однако был частично перекрыт доступ к кредиту как в силу более жесткой политики риск-менеджмента банков, так и из-за роста процентных ставок по кредитам. Резко выросла неопределенность будущего – никто не мог с уверенностью сказать, ждет ли нас вторая волна кризиса или худшее уже позади и ситуация будет постепенно улучшаться. Этой ясности нет и сейчас. Поэтому в кризис сократились не материальные ресурсы домохозяйства, а горизонт финансового планирования. В этих условиях домохозяйства на время отложили свои крупные покупки и отодвинули финансовые цели на будущее, что привело к снижению потребности в ведении бюджета доходов и расходов. Если стало меньше кредитов и финансовые планы пока не ясны, то нет и прежней потребности в ведении бюджета доходов и расходов.

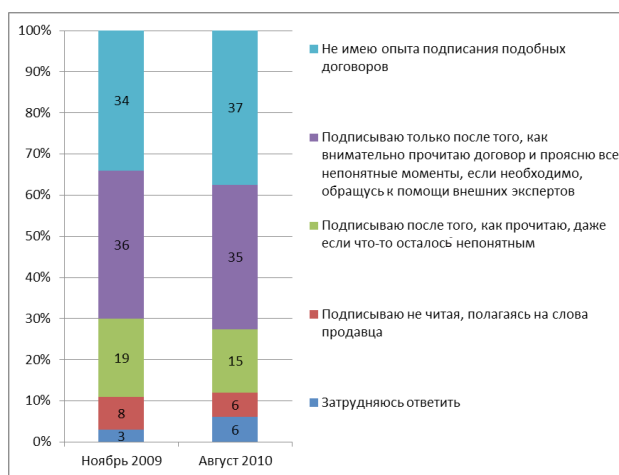


Вопрос. Скажите, пожалуйста, Вы сами или кто-то в Вашей семье ведет письменный учет доходов и расходов семьи? Посмотрите на карточку и скажите, какой из способов ближе всего описывает практику, принятую у Вас (в Вашей семье)?

Рис. 1. Ведение бюджета доходов и расходов домохозяйств, % всех респондентов (N=1600)

Большое количество потребителей (27% в ноябре 2009 г.) не читало контрактов при покупке финансовых услуг или не до конца понимало их смысл и тем не менее подписывало. Иными словами, два из пяти покупавших финансовую услугу не были в полной мере информированы о том, на каких условиях они совершают покупку. Возможно, что доля таких покупателей выше, поскольку этот вопрос задавался в форме самооценки уровня понимания контракта, поэтому вполне возможно, что те, кто ответил, что полностью понимали условия контракта перед его подписанием, тем не менее понимали что-то неправильно. Важно, что в августе 2010 г. этот показатель изменился незначительно. Доля тех, кто не читал или не понимал в полной мере контракта, слегка снизилась – с 27 до 21%, однако в основном за счет тех, кто затруднился ответить или не имел опыта подписания таких контрактов.

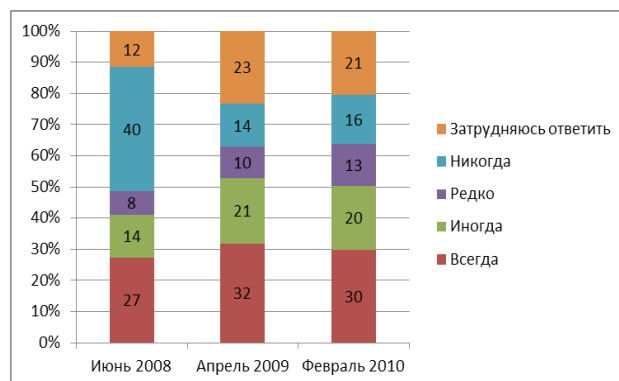
Доля же тех, кто внимательно читает и обращается за консультацией к третьим лицам в том случае, если чего-то не понимает в контракте, осталась прежней: 35–36%.



Вопрос. При покупке финансовой услуги очень часто между покупателем и финансовой организацией заключается договор, в котором прописываются условия оказания услуги, а также права и обязанности сторон. Скажите, пожалуйста, какое из утверждений, скорее, соответствует Вашей практике подписания таких договоров?

Рис. 2. Чтение договоров перед подписанием, % от всех респондентов (N=1600)

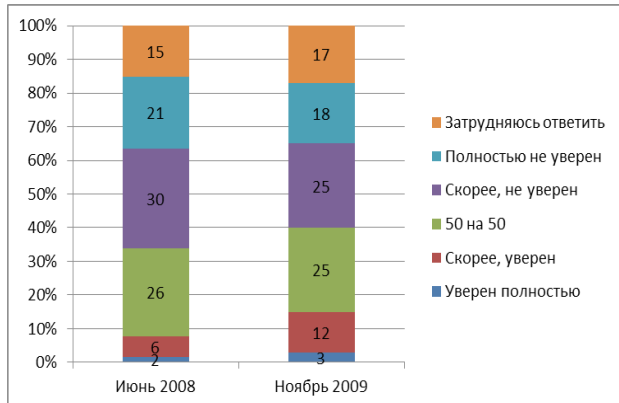
Накануне кризиса четверо из десяти россиян, покупавших финансовые продукты, никогда не сравнивали условия предоставления финансовой услуги у разных провайдеров. Однако во время кризиса этот индикатор слегка изменился к лучшему. В феврале 2010 г. всего 16% сказали, что они сравнений не проводили. К сожалению, это сокращение произошло в основном за счет роста доли тех, кто затруднился ответить или стал сравнивать редко или иногда. Доля тех, кто всегда сравнивает условия предоставления услуги, практически не изменилась.



Вопрос. Как часто перед приобретением той или иной финансовой услуги Вы сравниваете условия ее предоставления в различных компаниях?

Рис. 3. Сравнения условий предоставления услуг перед покупкой финансовой услуги, % от респондентов

В случае конфликта потребителей с финансовой организацией (банком или страховой компанией) трое из четырех не верят в то, что будет найдено справедливое решение. Это означает, что они либо не осведомлены о том, какие права как покупатели они имеет, либо полагают, что на финансовом рынке их права не защищены. Между июнем 2008 г. и ноябрем 2009 г. произошла небольшая положительная динамика, возможно, благодаря росту информированности людей о действии государственной системы страхования вкладов.

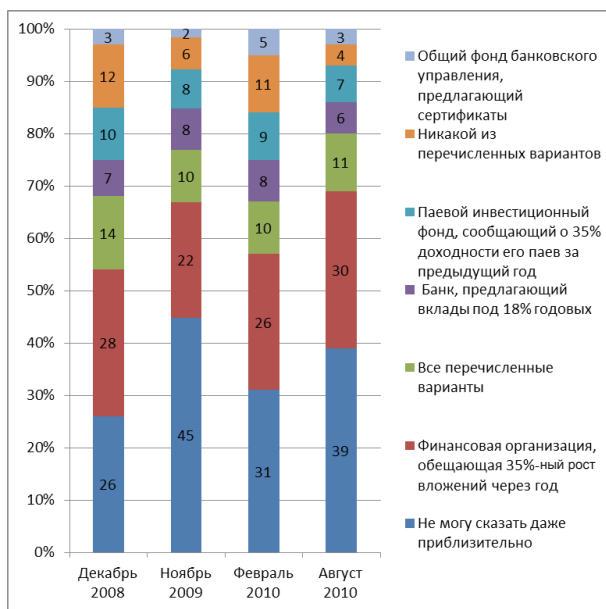


Вопрос. В случае возникновения конфликта с финансовой организацией (банком, страховой компанией и т. п.) по поводу оказанных Вам финансовых услуг насколько уверены Вы в быстром и справедливом разрешении спора?

Рис. 4. Уверенность в справедливом разрешении спора в случае конфликта с финансовой организацией, % от всех респондентов (N=1600)

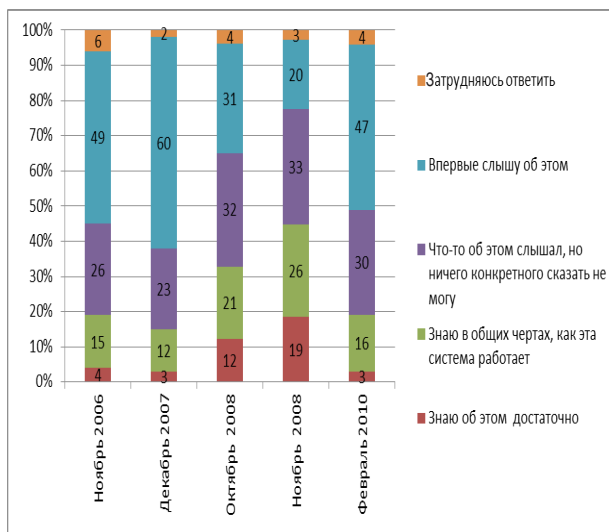
Большинство потребителей не может верно определить финансовую пирамиду по признаку обещания гарантированного высокого дохода. Лишь четверть респондентов дала правильный ответ, причем за период с декабря 2008 г. по август 2010 г. люди не стали лучше разбираться в этом вопросе, единственное, что во время кризиса в ноябре 2009 г. стало больше людей, которые затруднились в ответе на данный вопрос, но уже в феврале 2010 г. структура ответов вернулась к докризисной.

Полученные данные также свидетельствуют о том, что население плохо знает и понимает, что такое государственная система страхования вкладов и какие именно активы она страхует. Мы задавали два вопроса – один на субъективную оценку собственной информированности об этой системе, а второй тестовый – проверяющий знания того, какие именно активы государство страхует. Максимальная информированность людей о том, что в России действует данная система, была достигнута в ноябре 2008 г., когда государство повысило размер гарантий для того, чтобы предотвратить набег вкладчиков на банки, и это повышение сопровождалось массовой информационной кампанией. В тот момент почти 80% россиян сказали, что они что-то знают об этой системе. Однако уже менее чем через полтора года в феврале 2010 г. показатель снова снизился и почти половина респондентов сообщила, что они впервые слышат об этой системе. Это означает, что информационная кампания не привела к формированию устойчивых знаний о действии данной системы и после ее окончания люди просто забыли о ней.



Вопрос. Представьте, что Вам необходимо принять решение о вложении денег и при изучении существующего предложения на рынке Вы обнаружили несколько вариантов. Оцените, пожалуйста, какой из вариантов, с Вашей точки зрения, может оказаться «финансовой пирамидой», при крушении которой Вы можете потерять свои деньги?

Рис. 5. Способность определить признаки финансовой пирамиды, % от всех респондентов (N=1600)

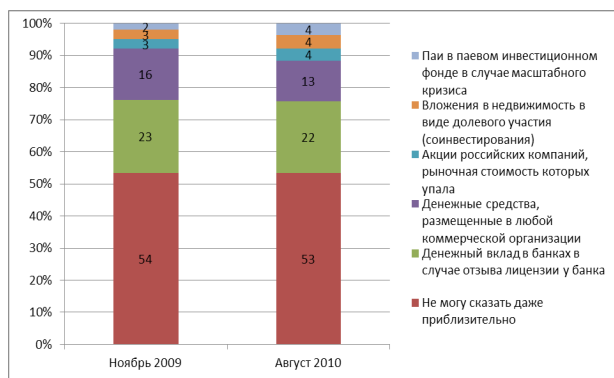


Вопрос. Знаете ли Вы о том, что в России действует государственная система страхования вкладов в российских банках?

Рис. 6. Субъективная оценка информированности о системе страхования вкладов, % от всех респондентов (N=1600)

Недостаточные знания о системе страхования вкладов (ССВ) подтвердились в ответах на тестовый вопрос о том, на какие именно активы распространяются гарантии этой системы. Лишь 22–23% россиян правильно указали, что система защищает банковские вклады; половина опрошенных не могла ответить даже приблизительно, а около 15%

считают, что государство защищает любые финансовые активы, в которые население вкладывает свои деньги. Такое неверное знание опаснее незнания, поскольку может привести к излишне рискованному финансовому поведению.

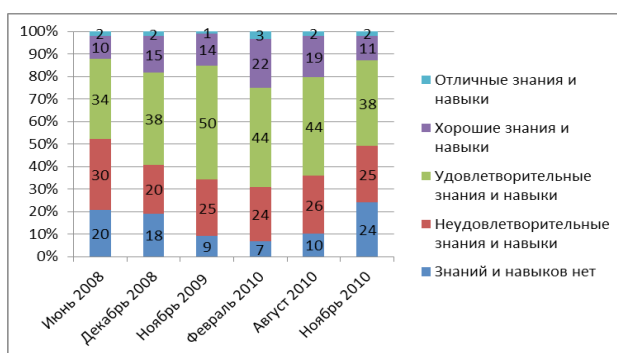


Вопрос. По Вашему мнению, на что именно распространяются эти государственные гарантии?

Рис. 7. Тест на знание того, какие активы защищены ССВ, % от всех респондентов (N=1600)

Несмотря на то, что тестовые вопросы, позволяющие оценить уровень финансовой грамотности россиян, показали, что за время кризиса мало что изменилось, вопрос на субъективную оценку своей финансовой компетентности за тот же период показал положительную динамику: если в июне 2008 г. половина людей оценивала свои знания как неудовлетворительные, то в феврале 2010 г. их доля сократилась до трети. Если наши объективные тесты измеряют существенные параметры финансовой грамотности, то такое расхождение в динамике объективных и субъективных показателей говорит об опасном тренде роста излишней уверенности потребителей. Почему люди стали чувствовать себя более компетентными в вопросах финансов? На наш взгляд, это является результатом того, что во время кризиса средства массовой информации неизбежно чаще говорили об экономике в целом, и в частности затрагивали темы личных финансов. Этот поток информации привел к тому, что население стало чувствовать себя более разбирающимся в этих вопросах, даже несмотря на то, что в реальности финансовые компетенции не изменились. Как только объем экономической информации сократился, оценки снова стали снижаться.

Что люди хотели бы узнать из программ повышения их финансовой грамотности? Какие темы их больше всего интересуют? Респондентам был предложен довольно длинный список таких тем. В ноябре 2009 г. мало людей интересовались темами, связанными с фондовым рынком, а также информацией о конкретных финансовых продуктах, таких как вклады, кредиты, страховки, ипотека и т. п. Достаточно большое количество людей (60%) ответили, что их не интересуют никакие темы и они в принципе знают то, что им нужно.



Вопрос. Считаете ли Вы себя финансово грамотным человеком? Дайте оценку своим знаниям и навыкам по пятибалльной шкале, как это принято в школе, где 1 соответствует полному отсутствию знаний и навыков управления личными денежными средствами, а 5 – наличию отличных знаний и навыков в этой сфере.

Рис. 8. Субъективные оценки уровня финансовой грамотности, % от всех респондентов (N=1600)

Всего по трем темам доля людей, которым эта тема была интересной, больше доли людей, которых она совсем не интересовала. На первом месте – тема защиты прав потребителей, на втором – умение понимать тексты договоров, на третьем – устойчивость пенсионной системы и существующие способы сбережения денег на пенсию. В числе лидеров явно преобладают проблемные постановки вопросов, а не описательные, среди продуктов наибольшим интересом пользуются услуги страхования и частные пенсионные фонды, скорее всего, в связи с тем, что люди интересуются возможными формами пенсионных накоплений. Самый низкий интерес к дополнительной информации о кредитных бюро, кредитных кооперативах и ПИФах.

Возникает вопрос как повышать уровень финансовой грамотности, если большинство не интересуется этим? На наш взгляд, следует разделить программы как минимум на два уровня. Программы первого уровня призваны не столько обучать, сколько вызывать интерес к данным темам, а когда интерес сформирован, тогда дело за действительно обучающими программами. Тема защиты прав потребителей является наиболее привлекательной для россиян, и если программы финансового просвещения будут идти в этом ключе, то интерес к ним будет обеспечен.

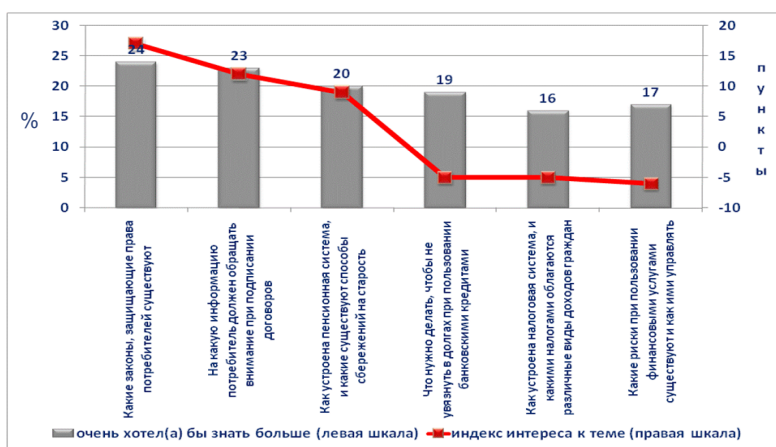


Рис. 9. Темы программ финансового просвещения, которые интересны россиянам, (N=1600)