



НАЦИОНАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ФИНАНСОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Финансовая грамотность населения России в условиях кризиса доверия

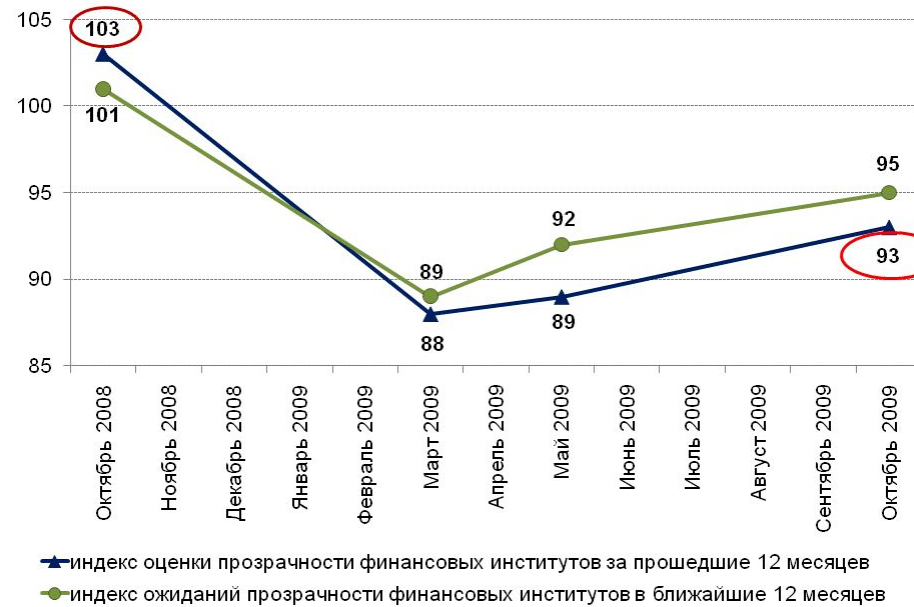
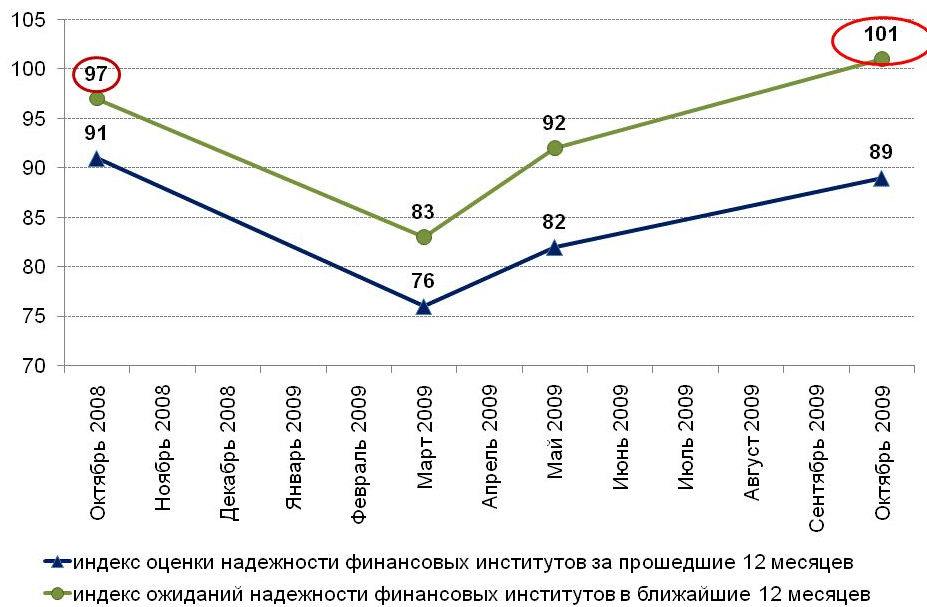
Диляра Ибрагимова

Директор по исследованиям НАФИ, доцент ГУ-ВШЭ

Россия, 119072, г. Москва, Болотная
набережная 7, стр. 1
e-mail: info@nacfin.ru
тел./факс: (495)982-50-27
Интернет-сайт: <http://www.nacfin.ru>

Экономический кризис – кризис доверия

- Что такое доверие? Предсказуемость. Доверие бывает - личное, сетевое и безличное (институциональное) доверие. Недостаток институционального доверия в России.
- Индекс доверия финансовым институтам (НАФИ).
- Доверие финансовым институтам - «неустойчивое равновесие». Оценки и ожидания людей относительно надежности финансовых институтов за год с начала кризиса стали немного лучше, а оценки прозрачности – «просели».



Как восстановить доверие?

- На чем основана солидарность между экономическими агентами в современном обществе в отличие от традиционного, где она поддерживалась единством веры и моралью? В условиях рационализации и разделения труда солидарность экономических агентов строится на функциональной взаимодополняемости (Дюркгейм). Как ее достичь?
- Повышение **роли государственных организаций-регуляторов**, которые должны:
 - во-первых, совершенствовать финансовые институты, создавая «прозрачные» и «честные» правила игры;
 - во-вторых, обеспечить контроль за выполнением этих правил;
 - в-третьих, давать людям информацию о защите прав потребителя.
- **Социальная ответственность бизнеса:**
 - ответственность перед сотрудниками (безопасность труда, стабильность зарплаты сотрудников, их медицинское и социальное страхование, повышение квалификации и т.д.);
 - ответственность перед потребителями услуг (качество, информационная открытость).
- Повышение **экономической культуры населения** в целом и **финансовой грамотности** в частности.

Финансовая грамотность – это не наличие профессиональных финансовых знаний, это более простые, но очень важные умения и навыки

Управление деньгами (ведение бюджета доходов и расходов, проверка выписок с банковского счета, умение вести «бездефицитный» семейный бюджет, «управляемый» долг и т.п.)

Долгосрочное планирование (создание резервов на черный день, страхование, пенсионные накопления, аккумулирование средств на образование детей, покупку жилья и т.п.)

Умение делать выбор между различными альтернативами (информированность о существующих альтернативах и их характеристиках, умение читать договора перед подписанием, и т.п.)

Получение помощи, совета (понимание различий между рекламой и информацией, информированность о том, где получить независимую оценку и совет в финансовых вопросах, как и куда обращаться с жалобами)

Умение калькулировать (знание простых и сложных процентов, понимание номинальных и реальных, абсолютных и относительных величин и т.п.)

В случае возникновения конфликта с финансовой организацией по поводу оказанных Вам финансовых услуг, насколько Вы уверены в быстром и справедливом разрешении спора? (% от всех респондентов)



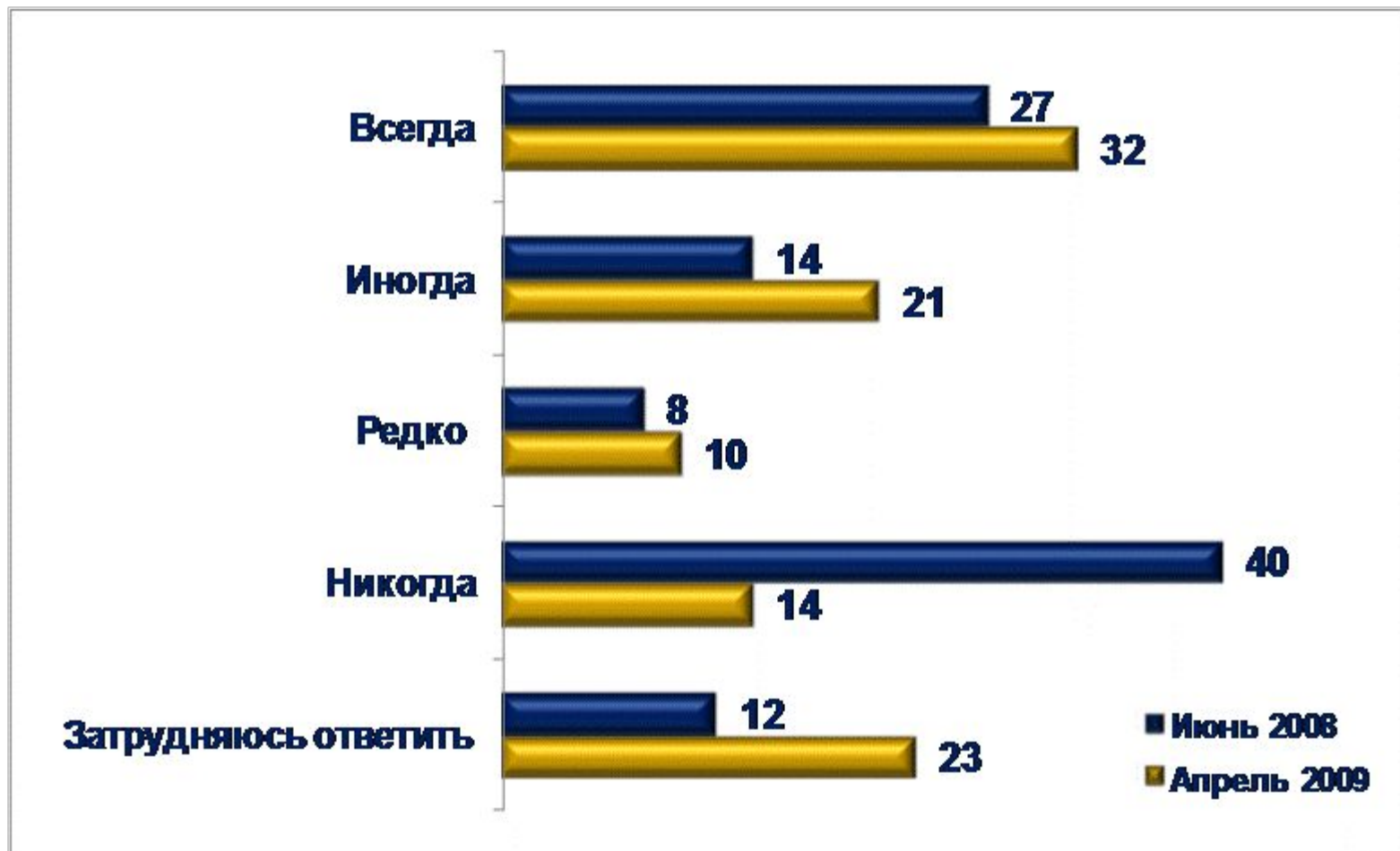
Источник: НАФИ, ноябрь 2009, N=1600

В России в настоящее время работает государственная система страхования накоплений. По Вашему мнению, на что именно распространяются эти государственные гарантии? (% от всех респондентов)



Источник: НАФИ, ноябрь 2009, N=1600

Как часто перед приобретением той или иной финансовой услуги Вы сравниваете условия ее предоставления в различных компаниях? (% от всех респондентов)



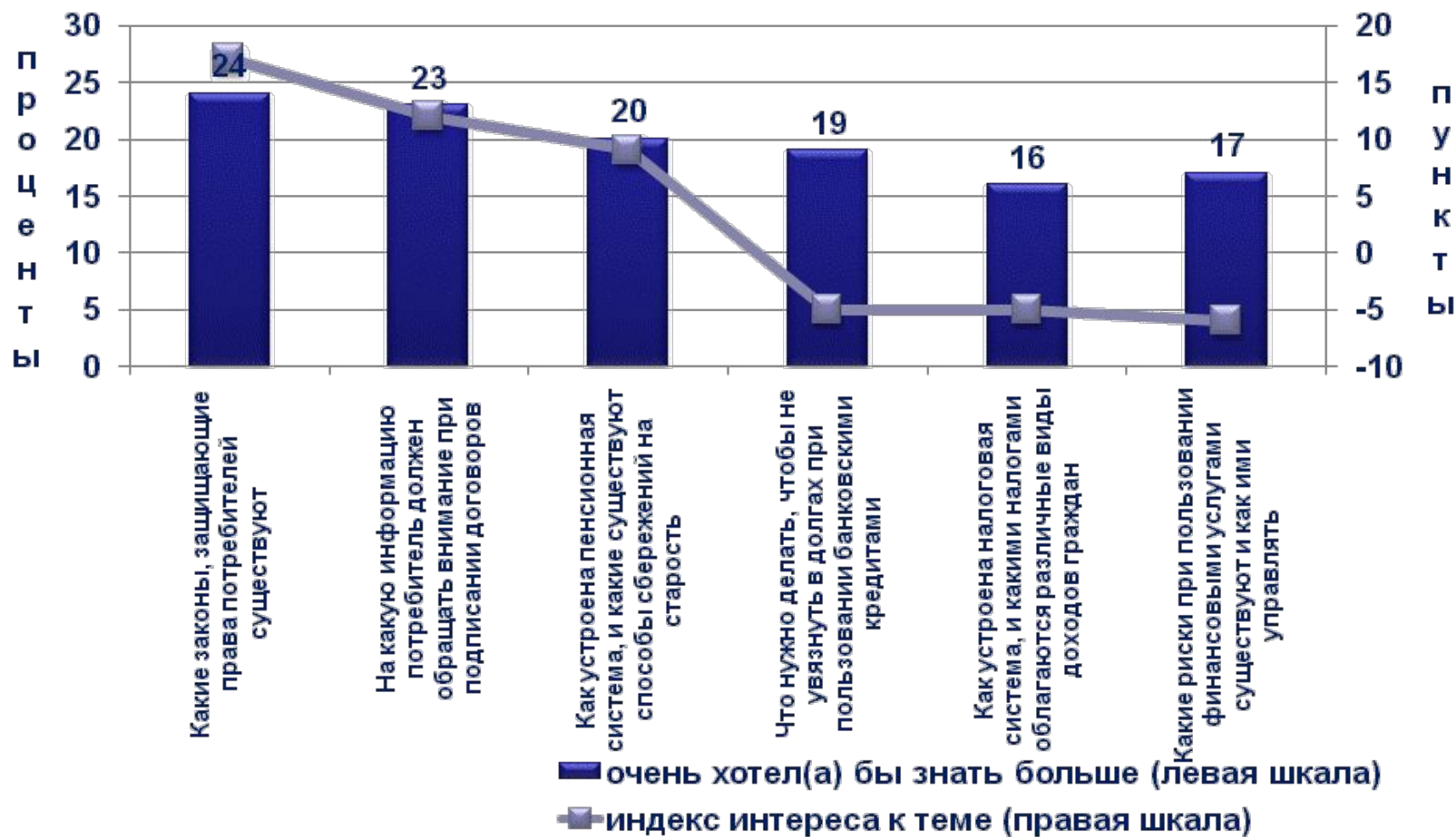
Источник: НАФИ, N=1600

Какой из вариантов может оказаться «финансовой пирамидой»? (% от всех респондентов)



Источник: НАФИ, N=1600

О чем россияне хотели бы знать больше? (% от всех респондентов)



Источник: НАФИ, ноябрь 2009, N=1600

Лично Вам кого бы хотелось видеть в качестве «учителя» в программе финансовой грамотности? (% от всех респондентов)

Сотрудников....



Источник: НАФИ, ноябрь 2009, N=1600

Оценка эффективности программ повышения финансовой грамотности

Пока нет достаточных свидетельств эффективности программ финансового просвещения. Предварительный вывод – с помощью программ повышения финансовой грамотности **очень трудно изменить установки и поведение** людей. В лучшем случае речь идет о росте знаний без их применения. Есть ощущение, пока не зафиксированное статистически, что на установки и поведение оказывают влияние только программы для детей школьного возраста.

Для остальных групп эффективно работают средства социального маркетинга. Однако эти методы не формируют умения человека думать и отвечать за себя.

В лучшем случае можно говорить об увеличении знаний и росте **субъективных самооценок** уровня финансовой грамотности, что порой может иметь даже опасные последствия.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Запускать механизм повышения финансовой грамотности от лица государства нужно с большой осторожностью – не надо под государственное крыло собирать как можно больше инициатив, поскольку их эффективность пока невозможно оценить, а доверие к государству легко подорвать.

Повышение финансовой грамотности населения обязательно должно проводиться вместе с совершенствованием институтов, в противном случае будет «игра в одни ворота», которая не принесет никакой пользы.

Не стоит делать задачей государственных программ повышения финансовой грамотности пропаганду «правильных» образцов финансового поведения, которые должны быть навязаны людям любым способом, включая методы маркетинговых воздействий.