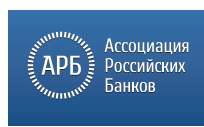


ДЕТИ И ФИНАНСЫ



НАЦИОНАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ФИНАНСОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



 Child & Youth
Finance International

НАЦИОНАЛЬНОЕ
АГЕНТСТВО
ФИНАНСОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ
(НАФИ)

ДЕТИ И ФИНАНСЫ



МОСКВА
2015

АВТОРЫ

ИРИНА ЛОБАНОВА,

руководитель департамента исследований банковского сектора НАФИ

ГУЗЕЛИЯ ИМАЕВА,

генеральный директор НАФИ

ТИМУР АЙМАЛЕТДИНОВ,

директор по исследованиям НАФИ

УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА

АЛЕНА НИКОЛАЕВА,

руководитель отдела контрактации НАФИ

ОЛЬГА ЛЬВОВСКАЯ,

руководитель PR-службы НАФИ

СОДЕРЖАНИЕ

О ПРОЕКТЕ	4
МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	8
РЕЗЮМЕ	10
ВВЕДЕНИЕ	14
РАЗДЕЛ 1. ПРАКТИКА ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЕТЕЙ	18
РАЗДЕЛ 2. ФИНАНСОВЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ	28
РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В РОССИИ	38
Наличие собственных денежных средств у детей и подростков	42
Формирование финансового поведения и основ финансовой грамотности	46
Отношение и восприятие финансовых продуктов и услуг	56
Финансовое поведение детей и подростков	64
ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА	68



О ПРОЕКТЕ



ИМАЕВА ГУЗЕЛИЯ, генеральный директор НАФИ

Проект «Дети и финансы» — результат масштабного всероссийского исследования, затрагивающего очень важную сегодня тему финансовой грамотности подрастающего поколения. Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) инициировало ее изучение для актуализации в нашей стране вопроса раннего формирования осмысленного и ответственного финансового поведения, для привлечения внимания игроков финансового рынка к этой насущной теме.

Всесторонний анализ полученных данных позволил выявить текущий уровень финансовой грамотности молодого поколения и определить факторы, влияющие на развитие знаний и навыков у детей и подростков в этой сфере. Представленные результаты качественного и количественного исследований дают возможность всем заинтересованным участникам рынка понять всю палитру проблем формирования финансовой культуры детей. Представленный в отчете зарубежный опыт развития детской финансовой грамотности знакомит читателей с перспективными практиками повышения финансовой грамотности, реализация которых возможна и в России.

Представленная информация является вкладом в становление нового финансово грамотного поколения, служит стартом для дальнейшего мониторинга и прогнозирования поведения будущих пользователей финансовых услуг.

Материалы проекта также могут быть использованы для разработки и внедрения новых финансовых продуктов и услуг, потребителями которых станет неосновная для многих финансовых организаций, но перспективная детская целевая аудитория.



ИЛЬЯ КОЧЕТКОВ,
руководитель Службы по защите прав потребителей
финансовых услуг и миноритарных акционеров
Центрального банка Российской Федерации

Дети и подростки являются самой важной целевой аудиторией для реализации проектов в области повышения финансовой грамотности. Именно в этом возрасте можно эффективно закладывать основы рационального финансового поведения, воспитывать будущего разумного потребителя финансовых услуг.

Банк России уделяет этому направлению большое внимание, реализовывая совместно с заинтересованными ведомствами ряд проектов, таких как: внесение в школьный предмет «Обществознание» тем по основам финансовой грамотности; внедрение в детских лагерях отдыха серии специализированных деловых игр; разработка отдельного сайта Банка России по финансовой грамотности.

В этой связи проведение профессиональных исследований, направленных на изучение уровня финансовой грамотности детей, а также факторов, оказывающих влияние на их финансовое поведение, является важнейшим вектором работы, призванным скорректировать наши общие усилия. Готовы в меру своих возможностей содействовать подобным исследованиям и использовать полученные результаты в реальной практике.



АЛЕКСЕЙ МАЛИНОВСКИЙ,
директор по взаимодействию с органами
государственной власти,
MasterCard

У каждого из нас есть цели и задачи «на будущее» – будь то личные или бизнес-планы, мысли о грядущих проектах и инновациях или видение трансформации мира.

Например, мы в MasterCard видим будущий мир как мир без наличных, и работаем над шагами, которые приближают нас к этой цели. Мы готовим это будущее для тех, кто сейчас растет, и, конечно, надо ответственно подойти к тому, чтобы помочь нашим детям войти в этот новый мир – мир без наличных – максимально подготовленными.

Мы знаем, что с современными платежными технологиями решать многие жизненные задачи проще, удобнее и безопаснее. Поэтому уделяем большое внимание распространению финансовых знаний. Например, с банковскими картами можно при необходимости быстро переслать деньги своим близким и друзьям, можно в срок погасить кредит, можно безопасно носить при себе большую сумму и вовремя сделать важную покупку.

Россия – один из приоритетных рынков для MasterCard, и мы активно продвигаем проекты, которые позволяют давать нужные навыки детям. Так, в Республике Татарстан реализуется проект «Школьная карта», в котором ученики всех классов пользуются инновационными мультисервисными банковскими картами с бесконтактной технологией MasterCard. Поддерживая проект «Дети и финансы», мы вносим свой вклад в повышение финансовой грамотности подрастающего поколения и их родителей.



ЭЛЬМАН МЕХТИЕВ, советник Президента Ассоциации российских банков

Говорят, что время, потраченное родителями с их детьми в ранние годы – это инвестиции старшего поколения в собственное семейное благополучие, в преклонном возрасте. Следуя логике этого, может быть, и не самого бесспорного тезиса, развитие финансовой грамотности детей – это не только вклад родителей в хорошие отношения с детьми на старости лет, не только создание основ для материального благополучия детей в их взрослой жизни, но и инвестиции в собственную достойную жизнь сейчас и потом.

Без должного понимания и постоянной оценки уровня финансовой грамотности населения в целом и детей в частности население никогда не сможет сделать правильные шаги в этом направлении и вырваться из оков всеобщего патернализма, столь губительного в современных условиях для граждан, общества и экономики нашей страны.

Банковское сообщество всегда поддерживало и будет поддерживать инициативы по повышению уровня финансовой грамотности населения. И даже если дети не являются нашими клиентами сегодня, для банков все равно лучше, чтобы завтра они пришли к нам уже подготовленными грамотными потребителями финансовых услуг и не осваивали эту науку на собственных ошибках... А учиться «сегодня» и на чужом опыте всегда дешевле, чем «завтра» и методом «проб и ошибок».



АННА ЗЕЛЕНЦОВА, координатор совместного проекта Министерства финансов Российской Федерации и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитие финансового образования в Российской Федерации»

Пользование финансовыми продуктами и услугами требует рационального и ответственного отношения от потребителей. Однако еще большая степень ответственности лежит на тех, кто обучает основам финансовой грамотности детей и подростков, потому что таким образом формируются основы финансового поведения будущих поколений. То, насколько будут финансово грамотны нынешние подростки в будущем, окажет влияние на развитие не только финансового сектора страны, но и в целом ее экономики, еще на много лет. Финансовая грамотность становится необходимым жизненным умением для каждого молодого человека в 21 веке. Поэтому повышение финансовой грамотности детей и подростков является одной из важнейших целей государства.

Результаты проведенного исследования могут быть полезны не только для участников финансового сектора, но также для организаций, ответственных за образование подрастающего поколения, регулирование рынка и экономическое развитие страны. Исследования особенностей финансового поведения подрастающего поколения необходимы для того, чтобы сформулировать прогноз развития финансового сектора, и его отдельных сегментов, включая инновационные, цифровые и мобильные услуги, разработать эффективные меры по повышению финансовой грамотности и соответствующему усилению защиты потребителей и понять, какое будущее ждет финансовый сектор России.

A young child with short brown hair and large black-rimmed glasses is smiling broadly while reading a large, open book. The child is wearing a white lace-collared shirt under a red and black plaid vest. The background is a soft-focus indoor setting. The image is decorated with blue watercolor splatters and dots. A large, semi-transparent blue shape with a plaid pattern is overlaid on the left side, containing the text.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Получение детальной информации об уровне финансовой грамотности детей и подростков в Российской Федерации, а также оценка основных факторов, оказывающих влияние на их финансовое поведение



ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Оценка доступности финансовых и образовательных ресурсов для обучения детей основам финансовой грамотности
- Проведение анализа международной и российской практики разработки финансовых продуктов, ориентированных на детей и подростков
- Оценка отношения и интереса родителей к обучению своих детей основам финансовой грамотности
- Описание наиболее популярных практик приобщения детей и несовершеннолетних подростков к финансовой активности



МЕТОДЫ СБОРА ДАННЫХ

Фокус-группы с детьми и подростками

- МЕТОД: групповые дискуссии
- ВЫБОРКА: 6 фокус-групп
- ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ:
 - Дети в возрасте от 7 до 11 лет
 - Дети в возрасте от 12 до 14 лет
 - Дети в возрасте от 15 до 17 лет

Всероссийский опрос родителей

- МЕТОД: личные полуформализованные интервью
- ВЫБОРКА: 1 600 человек
- ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: родители детей старше 4-х лет
- ГЕОГРАФИЯ: 40 регионов

Опрос детей и подростков

- МЕТОД: количественный on-line опрос
- ВЫБОРКА: 200 человек
- ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: дети в возрасте от 14 до 17 лет, равномерное распределение по возрасту
- ГЕОГРАФИЯ: города с населением более 1 млн., 500 тыс., 250 тыс. человек

Кабинетное исследование

- МЕТОД: анализ открытых и полузакрытых источников информации
- ГЕОГРАФИЯ: Россия и мир
- СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ: февраль-май 2015 года



РЕЗЮМЕ

Знание ключевых финансовых понятий и умение их использовать на практике дает возможность человеку грамотно управлять своими денежными средствами и, как следствие, избегать рисков, связанных с некорректным использованием различных продуктов и услуг, а также с неэффективными стратегиями финансового поведения. В свою очередь, высокие показатели финансовой грамотности являются одним из условий стабильности финансовой среды.

Уровень финансовой грамотности населения в Российской Федерации в настоящее время можно охарактеризовать как низкий: заемные стратегии преобладают над сберегательными, осведомленность потребителей об особенностях пользования различными продуктами и услугами невелика, поэтому проблема разработки масштабной программы финансового образования является одной из наиболее актуальных. Дети и подростки находятся в наибольшей зоне риска в отношении вопросов финансовой грамотности, так как родители в большинстве случаев не могут обучить их основам финансовой грамотности, ввиду отсутствия достаточного уровня знаний в этой области.

Программы повышения финансовой грамотности детей и подростков в настоящее время реализуются в различных странах как под руководством государственных институтов (например, Национальным Банком в Польше в национальном масштабе), так и частными компаниями – поставщиками финансовых услуг для детей своих клиентов (например, Merrill Lynch, Wells Fargo, Charles Schwab) или общественными организациями в рамках международных мероприятий (например, CYFI).

Однако, одним из условий успешной реализации таких программ является не только их поддержка со стороны государства, общественных организаций, банков, страховых компаний и прочих участников рынка, но и наличие продуктов и услуг для детей и молодежи, которые могли бы помочь им на практике освоить стратегии ответственного и грамотного финансового поведения. Всемирный Банк разработал систему базовых требований к таким продуктам, соблюдение которых позволяет сделать их доступными для детской и подростковой аудитории, а их использование будет способствовать повышению финансовой ответственности и грамотности потребителей.

Во многих странах мира существуют продукты и услуги, рассчитанные на детей, а также специальные банковские отделения для обслуживания представителей данной аудитории. Например, в Сингапуре DBS Bank запустил отделение, основной задачей

которого является обучение молодежи основам финансового планирования, а Rabobank в Голландии предлагает подросткам в возрасте от 12 до 18 лет открыть счет и управлять им с помощью мобильного приложения или личного кабинета в Интернете. Продукт обладает широким функционалом и позволяет детям совершать различные финансовые операции (платежи, переводы), предоставляет возможность осуществлять сбережения.

В России в настоящее время почти нет финансовых организаций, предлагающих подобные услуги для представителей молодежной аудитории. Основная активность финансовых организаций направлена на просвещение детей, например, с помощью деловых игр (Хоум Кредит Банк, ВТБ24) или специализированных лекций и семинаров (Альфа-Банк и другие).

В ситуации отсутствия действующей во всех регионах глобальной программы финансового образования, а также при низкой или точечной активности финансовых институтов в этом направлении, единственным источником информации о финансовых продуктах или услугах в России является семья и ближайшее окружение ребенка. Как уже отмечалось выше, финансовая грамотность россиян сегодня остается на достаточно низком уровне (плохая информированность о продуктах и услугах, нерациональное финансовое поведение), что снижает вероятность для ребенка получить необходимые знания и развить навыки финансового планирования в кругу семьи.

Недостаток специальных продуктов и необходимость обращаться к другим инструментам, не всегда адаптированным под детскую аудиторию (электронные кошельки, банковские карты, привязанные к картам родителей и др.), приводит к формированию высокорисковых стратегий поведения, которые после совершеннолетия могут стать ведущими для потребителей.

75% несовершеннолетних подростков в возрасте от 14 до 17 лет имеют собственные денежные средства, большая часть которых (81%) поступает детям в качестве карманных денег от родителей. Получение таких средств не всегда подчинено каким-либо четким правилам, вследствие чего дети с трудом могут планировать собственные доходы. Отсутствие контроля за денежными средствами приводит к снижению ответственности при их распределении.

77% россиян, имеющих детей, не ведут семейный бюджет и 73% не привлекают ребенка к планированию семейного бюджета. Только треть родителей (33%) регулярно обсуждают с детьми вопросы,

связанные с деньгами, экономикой и финансами. Время от времени это делают 29% родителей. При этом, исследование показало, что под обсуждением экономических и финансовых вопросов часто понимаются общие рекомендации, затрагивающие тему денег, выбора товаров или услуг (например, «надо меньше тратить»).

Подобное отсутствие практики приобщения детей к финансовому планированию и пользованию различными услугами становится фактором риска при формировании стратегий финансового поведения. Такое поведение характеризуется готовностью сберегать денежные средства с целью крупного приобретения (то есть в ограниченный период времени), умением сберегать и накапливать только крупные суммы денежных средств, отсутствием готовности возвращать средства, взятые займы у близких, и высокой покупательской активностью.

Знания детей и подростков о финансовых продуктах и услугах находятся на невысоком уровне. Представители молодежной и детской аудитории практически ничего не знают о сберегательных, страховых и инвестиционных инструментах. Чуть выше уровень осведомленности о карточных и кредитных продуктах, однако, как правило, знания детей можно охарактеризовать как неполные, иногда содержащие

ошибочные убеждения. В то же время, исследование показало, что многие дети, особенно в подростковом возрасте, легко усваивают предубеждения о некоторых финансовых продуктах и услугах от ближайшего окружения.

Дети и подростки активно пользуются различными продуктами и услугами, в первую очередь, позволяющими осуществлять платежи и переводы. Так, более 80% подростков, принявших участие в исследовании, имеют опыт пользования различными платежными каналами, причем почти половина из них совершает покупки через Интернет, предпочитая безналичные способы оплаты.

Техническая грамотность представителей подрастающего поколения позволяет им активно использовать безналичные способы оплаты. Однако отсутствие навыков ведения персональной бухгалтерии и необходимых знаний о том, как необходимо распоряжаться денежными средствами, может в результате привести к появлению дефицитных стратегий формирования личного бюджета.





ВВЕДЕНИЕ

Развитие финансовой системы, в том числе сохранение ее устойчивости, зависит от множества факторов. Одним из них является повышение уровня финансовой грамотности населения и развитие системы финансового образования, как во всем мире, так и в отдельных регионах.

Финансово грамотным является человек, обладающий комбинацией осведомленности, знаний, умений, отношений и поведения, необходимых для принятия обоснованных финансовых решений, чтобы в конечном счете достичь индивидуального финансового благополучия.

Atkinson, A. and Messy, F-A. (2012)
 “Measuring Financial Literacy:
 Results of the OECD /INFE Pilot Study”
 OECD Working Papers on Finance, Insurance and
 Private Pensions, No. 15, OECD Publishing

Низкий уровень финансовой грамотности оказывает негативное влияние на благополучие пользователей финансовых услуг, их поставщиков, а также на экономику государства в целом. Повышение осведомленности о существующих продуктах и услугах, практике их использования и развитие соответствующих навыков приводит к снижению рисков излишней личной задолженности граждан по потребительским кредитам, сокращению рисков мошенничества со стороны недобросовестных участников рынка, формированию накоплений и долгосрочных финансовых стратегий, обеспечивающих социальную и экономическую стабильность в стране. Поэтому разработка и внедрение программ по повышению финансовой грамотности населения – важное направление государственной политики во многих развитых странах, а также одна из сфер международного сотрудничества.

Необходимо отметить актуальность разработки подобной программы для Российской Федерации. В настоящее время финансовая грамотность населения находится на низком уровне. Лишь небольшая часть граждан ориентируется в услугах и продуктах, предлагаемых финансовыми институтами, и имеет сформированные долгосрочные стратегии финансового планирования.

> 40% россиян не знают, что необходимо делать клиенту банка в том случае, если у него возникают материальные затруднения при выплате кредита

49% жителей России знают, что такое кредитная история

22% трудоспособного населения страны считают, что небольшая задержка во внесении платежей по кредиту не страшна

60% россиян не имеют сбережений

47% тратят все доходы на текущие нужды

40% потребителей хранят денежные средства в наличной форме

30% опрошенных считают, что ежемесячные выплаты по кредитам могут составлять 40% и более совокупного дохода семьи

37% потребителей полагают, что возвращать взятый в банке кредит не обязательно, если для этого есть веские причины, при этом 39% подразумевают под ними непредвиденные обстоятельства (потерю работы, болезнь, развод, переезд)

40% пользователей платежей и переводов не осведомлены о размере и механизме начисления комиссий за эти операции, более 20% никогда не сравнивают стоимость таких услуг, а 24% делают это лишь время от времени

10% трудоспособного населения России планируют использовать при неблагоприятном стечении обстоятельств (например, потере трудоспособности, пожаре, краже) в качестве «подушки безопасности» кредитную карту (14% владельцев таких карточных продуктов оформляют их «на всякий случай»), 8% – кредит наличными, 38% не предпримут никаких действий

Источник: НАФИ

В 2003 году Организация экономического сотрудничества и развития, ОЭСР (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD), начала реализовывать межгосударственный проект с целью предоставления населению развитых и развивающихся стран доступа к различным способам улучшения образования в финансовой сфере, а также разработки стандартов образования при помощи развития общих принципов финансовой грамотности.

В марте 2008 года ОЭСР запустила программу «Международный доступ к финансовому образованию» (International gateway for financial education, IGFE), которая была призвана стать общим центром обмена данными для международных образовательных программ, информационным банком и центром всемирных исследований. Также в 2008 году ОЭСР была создана «Международная сеть агентств по обеспечению финансового образования» (International Network on Financial Education, INFE), в которую в настоящее время входит более 260 различных институтов из 110 стран, работающих над решением ключевых задач по повышению уровня финансовой грамотности. К ним относятся: улучшение и расширение информированности о важности финансового образования населения во всем мире, обмен информацией и взглядами на программы, инициативы, проблемы, исследования и полученные результаты, связанные с финансовым образованием, а также разработка и развитие передовой практики и эффективных инструментов оценки финансовой грамотности и программ финансового образования.

Во время саммита в июне 2012 года «Группа двадцати» одобрила на высоком уровне «Принципы национальных стратегий по финансовому образованию», разработанные совместно ОЭСР и INFE. В феврале 2013 года участники встречи министров финансов и управляющих центральных банков «Группы двадцати» подтвердили интерес к рассматриваемым мерам и предложили ОЭСР подготовить отчет о ходе разработки национальных стратегий.

Результаты обзора, проведенного ОЭСР/INFE, показали, что процесс создания национальных стратегий финансового образования и финансовой грамотности был начат более чем в 55 странах мира, в том числе и в России. В 2015 году Министерство Финансов Российской Федерации вместе с заинтересованными ведомствами и представителями коммерческого сектора приступает к разработке Национальной стратегии повышения финансовой грамотности, которая позволит скоординировать действия всех участников процесса, задаст общие цели и приоритеты для них на среднесрочную перспективу.

Концепция любой национальной стратегии повышения финансовой грамотности населения предполагает работу в нескольких направлениях – от разработки индикаторов финансовой грамотности до оценки эффективности реализуемых программ обучения.

Одним из наиболее значимых направлений является разработка дифференцированного подхода к повышению финансовой грамотности среди различных целевых аудиторий: женщин, мигрантов, уязвимых групп населения, представителей сегмента малого и среднего предпринимательства, инвесторов.

Например, в национальной стратегии повышения финансовой грамотности Индии конкретно упоминаются группы граждан с инвалидностью, в стратегии Мексики — эмигранты в Соединенные Штаты Америки, Китай планирует сосредоточить внимание на жителях сельских районов, а Бразилия и Мексика — на получателях социальных пособий, в Польше большое внимание уделяется детям и подросткам.

В Российской Федерации последний сегмент находится в наибольшей зоне риска в отношении вопросов финансовой грамотности. Как показывают данные НАФИ, приведенные выше, а также результаты многочисленных обследований государственных и общественных организаций, родители в большинстве случаев не могут обучать основам финансовой грамотности своих детей, так как сами не обладают достаточным уровнем знаний и навыков в сфере управления финансами.

Значимость финансового просвещения молодежи подтверждена мировой практикой. Благодаря росту рынка микрокредитования, развитию высоких технологий и прочим факторам постепенно повышается доступность финансовых услуг, в том числе высокорисковых. Тем не менее подрастающее поколение остается финансово уязвимым, ввиду несоответствия имеющейся материальной базы потребностям молодых людей и уровню их финансовой грамотности. Все это может привести к значительному снижению благосостояния населения в будущем. Следует отметить возрастающее значение грамотного инвестиционного поведения, как для национальной экономики, так и для будущих потребителей в целом.

Целью исследования было получение всесторонней картины об уровне финансовой грамотности детей и подростков, а также выявление основных факторов, оказывающих влияние на их финансовое поведение. Данное исследование в первую очередь носит поисковый характер и призвано обозначить наиболее проблемные зоны финансового поведения несовершеннолетних детей и подростков, в том

числе для определения возможных причин такого поведения.

Методология исследования включала всероссийский репрезентативный количественный опрос родителей детей от 4-х лет, опрос учащихся старших классов, фокус-групповые интервью с детьми, а также кабинетное исследование для лучшего понимания проблемы доступности специализированных финансовых услуг среди детей и подростков.

Доклад о результатах исследования структурирован в соответствии с задачами проекта.

В **Разделе 1** представлен обзор некоторых практик и программ повышения финансовой грамотности детей и подростков в различных странах.

В **Разделе 2** рассматриваются примеры существующих финансовых продуктов и услуг для несовершеннолетних детей.

В **Разделе 3** представлены результаты опроса детей и родителей о практике пользования финансовыми продуктами и услугами, а также предварительная оценка финансовой грамотности несовершеннолетних.





РАЗДЕЛ 1

ПРАКТИКА ПОВЫШЕНИЯ
ФИНАНСОВОЙ
ГРАМОТНОСТИ ДЕТЕЙ



ЛИЛИЯ ЗАКИРОВА, руководитель портала www.fingramota.org

Нынешние дети через 5-7 лет будут активными пользователями финансовых услуг, и те принципы и навыки обращения с деньгами, которые они приобретают в детстве, будут воспроизводиться в их взрослой жизни.

Именно поэтому детская финансовая грамотность чрезвычайно важна, и особенно актуальной становится эта тема в свете бурного развития IT технологий и Интернета.

Результаты исследования, проведенного НАФИ, показывают, что уровень финансовой грамотности среди детей и подростков в России в настоящее время довольно низкий, хотя в некоторых аспектах намечается позитивная динамика. Так, например, молодое поколение знает о возможности вести учет расходов и доходов, и в той группе выборки, которая ответила позитивно на вопрос о ведении семейного бюджета, показатель среди детей, ведущих учет средств, намного выше, чем у взрослых.

В целом, в России практически отсутствует культура сбережения и долгосрочных инвестиций, в связи с чем не пользуется спросом целый ряд финансовых продуктов, ориентированных на детей: вклады для детей на совершеннолетие, образовательные вклады и образовательные кредиты, страховые продукты и прочее.

Особо интересным в исследовании НАФИ представляется изучение иностранного опыта как с точки зрения финансовых продуктов, так и с точки зрения программ продвижения финансовой грамотности.

Хочется пожелать команде НАФИ проводить подобные мониторинги и исследования регулярно и отмечать позитивную динамику, как со стороны доступности финансовых услуг, так и со стороны финансовой грамотности населения.



ОЛЬГА ТОМИЛОВА, региональный координатор по Восточной Европе и Центральной Азии, CGAP (Всемирный банк)

В последние годы внимание политиков, международных организаций и поставщиков финансовых услуг обращено к молодежи как к важному сегменту, нуждающемуся в финансовых услугах. По данным недавнего исследования Всемирного банка Global Findex 2014 г., среди молодых людей в возрасте до 25 лет число держателей банковских счетов примерно на 25% меньше, чем среди респондентов более старшего возраста. Россия в этом смысле не является исключением – в 2014 г. всего 54% молодых людей имели счёт в банке, что на 19% ниже, чем в среднем по стране. Вместе с тем, последние исследования показывают, что раннее включение молодежи в число пользователей финансовых услуг – в первую очередь сберегательных – способствует развитию хороших финансовых привычек, приучает к самостоятельности, увеличивает активы домохозяйств и в целом улучшает страновые показатели по сбережениям. Кроме того, сбережения играют большую роль в жизни молодых людей, помогая им лучше подготовиться к важным событиям при вступлении во взрослую жизнь – таким, как поступление в институт и на работу, начало самостоятельной жизни и т.п. Важно продолжать исследование социального воздействия финансовых услуг на жизнь молодых людей, чтобы иметь возможность совершенствования этих услуг и каналов их предоставления для повышения благосостояния детей и подростков.

ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ ДЕТСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Существующие в мире программы по повышению финансовой грамотности можно разделить по нескольким характеристикам, в зависимости от:

- инициатора программы: государственные структуры, всемирные институты развития, общественные и коммерческие организации (банки, страховые компании и другие)
- целевой аудитории (дети, женщины, люди в сложной социальной ситуации, средства массовой информации, учителя, инвесторы)
- роли повышения уровня знаний в финансовой отрасли – то есть, является ли финансовое образование основной составляющей программы или лишь частью какого-либо масштабного образовательного проекта (в качестве примера второго можно привести программу Организации Объединенных Наций «Десятилетие ООН – образование для устойчивого развития», которая была реализована в 2005-2014 годах)

Несмотря на то, что не существует универсальной стратегии повышения финансовой грамотности, инициативы по реализации подобных проектов для детей действуют во многих странах. Главная их направленность – выработка навыков понимания населением сути денег и финансовых взаимодействий, формирование правильного отношения к распределению денег в семье, управлению ими. Целью этого исследования не является подробное освещение всех существующих проектов по финансовому образованию детей и подростков, однако далее будут представлены примеры программ повышения финансовой грамотности, реализуемые в некоторых странах мира для данной целевой группы.



«Национальная программа финансовой грамотности», Польша

Одним из примеров того, как программа по повышению финансовой грамотности была реализована под началом государственной структуры, а именно Национального банка, стала Польша.

Программа реализована с помощью консолидации усилий государственного и коммерческого сектора при поддержке общественных организаций. Она затрагивает все возрастные группы, в том числе школьников в возрасте от 6 до 17 лет. Основой программы стала популяризация финансовой грамотности через средства массовой информации.



На телевидении Польши реализовано шоу «Соревнование по финансовой грамотности». На национальном телевидении осуществляется показ сериалов о вопросах финансовой грамотности, в Интернете экспертами ведутся специальные блоги, посвященные финансовым проблемам населения. Для школьников реализованы специальные уроки финансовой грамотности, которые проводятся по инициативе банкиров. Для детей постарше применяются интерактивные методы обучения, в том числе тематические компьютерные игры. Вместе с тем, в Польше ежегодно проводятся специальные исследования по финансовой грамотности.



Программа «Школьное финансовое образование», Сингапур

Национальная стратегия финансовой грамотности в Сингапуре предусматривает активное участие образовательных учреждений (а также Министерства образования) и поставщиков финансовых продуктов и услуг.

В школах Сингапура проводятся уроки по формированию социальных навыков и поведения, в программу которых также входит просвещение детей по вопросам финансовой грамотности. Детей учат основам управления деньгами, оценке соответствия возможностей существующим потребностям. В ближайшее время Министерство образования

планирует ввести в школьную программу новый блок предметов под названием «Образование в области потребления и питания» для всех учеников средней школы. На таких уроках школьники должны научиться заботиться о своем здоровье и проявлять разборчивость в выборе продуктов и услуг. Они научатся оптимизировать свои ресурсы, будь то продукты питания, финансы или время. Предполагается, что в ходе курса дети получают базовые навыки управления деньгами, включая умение разграничивать потребности и желания, жить по средствам, делать сбережения и составлять бюджет.

Школы приглашают поставщиков финансовых услуг для проведения дополнительных образовательных мероприятий, таких как занятия с использованием настольных игр на финансовые темы, конкурсы, представления и семинары для учащихся. Поставщики могут финансировать присутствие на уроках специалистов, помогать в составлении программ и материалов для занятий. В рамках программы Национальный университет Сингапура проводит ежегодный Конкурс в области национальной экономики и финансового менеджмента. Он направлен на стимулирование интереса старшеклассников, студентов политехнических колледжей и техникумов к финансовым вопросам.

Однако нередко инициаторами или ключевыми ответственными организациями при реализации масштабных программ повышения финансовой грамотности становятся коммерческие учреждения.



Программа «Экономическая и финансовая грамотность», Австрия

Программа была запущена в 2007 году и рассчитана на широкую публику, однако в ней выделяются определенные целевые группы, одной из которых являются студенты и школьники.

Проект реализуется при поддержке Австрийского Национального банка (Oesterreichische Nationalbank, OeNB). В качестве способов повышения финансовой грамотности потребителям предлагался широкий диапазон инструментов: организация представления и экскурсии в Денежный музей в Вене, производство обучающих материалов для школ, организация учебных сессий с национальными экспертами, конгрессов, мастерских, конференций, семинаров и специальных публикаций. Банк также принял уча-

стие в специальном соревновании по осведомленности среди школьников и студентов и вручил специальный приз за соревнование по осведомленности граждан, проводимое австрийской Ассоциацией защиты прав потребителей. Подростки в возрасте от 12 до 19 лет тестировали выбранные ими продукты и услуги (кредитные, сберегательные, инвестиционные) и представляли полученные ими результаты. Специальный приз OeNB (1 500 евро) присуждался в категории «Бизнес и Финансы».



Программа «Practical Money Skills for Life», США

Еще одним примером такой широкомасштабной программы, реализованной поставщиком финансовых услуг, является проект Practical Money Skills for Life международной платежной системы Visa.

Партнерами данной программы являются не только банки, но также организации, занимающиеся защитой прав потребителей, и государственные институты. В рамках своего инициативного проекта компания Visa объединяет множество каналов взаимодействия с целевой аудиторией и методов повышения финансовой грамотности. Платежная система поддерживает разработку компьютерных игр и мобильных приложений, способствующих развитию навыков управления финансами, а также размещает на своем портале видео и текстовые материалы, как для конечных потребителей, так и для тех, кто занимается повышением финансовой грамотности населения (например, планы учебных занятий для детей различных возрастов и так далее).

Далеко не везде поставщики финансовых услуг или общественные организации берут на себя глобальную ответственность по реализации проектов повышения финансовой грамотности населения в целом или отдельных категорий потребителей. Однако многие банки, страховые компании и прочие финансовые организации разрабатывают такие программы для своих клиентов, а международные и региональные общественные организации проводят различные мероприятия, где предусмотрены элементы обучения потребителей, что положительно сказывается на их финансовом поведении.

Например, такие банковские организации как Citigroup, Merrill Lynch и Wells Fargo разрабатывают и обновляют программы обучения детей управлению деньгами, в том числе имеющие интерак-

тивный формат. Специальные семинары для детей и их родителей проводят и специалисты брокерской компании Charles Schwab.



Программа Global Money Week

Child & Youth Finance International (CYFI) – организация, основная цель которой, – увеличение вовлеченности молодежи в финансовую сферу. Она ежегодно организует празднование Global Money Week более, чем в 80 странах мира. Это международное событие, направленное на расширение возможно-

стей следующего поколения для построения уверенного и ответственного экономического будущего. Каждый год во вторую неделю марта молодые люди со всего мира вступают в диалог друг с другом и занимаются самой различной деятельностью: играют, поют, читают, обсуждают и узнают о сбережениях, финансах, меняющихся экономических системах и важности управления своими финансами.





Проект Министерства финансов Российской Федерации и всемирного банка

Проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» реализуется Министерством финансов Российской Федерации совместно с Всемирным банком. Целью Проекта является повышение финансовой грамотности российских граждан, содействие формированию у населения ответственного отношения к личным финансам и разумного финансового поведения, а также совершенствование защиты прав потребителей финансовых услуг.

Целевая аудитория Проекта. Главной группой являются школьники и студенты – будущее экономически активное население. Выбор данной группы обусловлен хорошей восприимчивостью школьников и студентов к формированию адекватных ценностных установок, развитию навыков финансового планирования и рационального поведения. Эта группа рассматривается как перспективная в большинстве программ развития финансовой грамотности. Ожидается, что реализация Проекта поможет учащейся аудитории подробнее узнать о ключевых финансовых и правовых аспектах, и в итоге они начнут принимать более взвешенные решения в сфере личных финансов.

Вторая целевая группа была определена по итогам социологического исследования уровня финансовой грамотности населения перед началом реализации Проекта. Исследование показало, что люди с низким и средним доходом наиболее склонны к принятию необоснованных финансовых решений. При этом неверные решения относительно использования личного бюджета наиболее болезненно сказываются на их уровне жизни.

Основной задачей регионов-участников Проекта является разработка и реализация комплекса мероприятий по распространению финансовой грамотности для всех целевых групп Проекта. Региональные программы предусматривают создание центров финансовой грамотности, подготовку квалифицированных кадров и просветительских материалов, разработку и реализацию образовательных программ, проведение информационных и других мероприятий, способствующих повышению финансовой грамотности населения.

Текущие результаты проекта:

- Проведены исследования финансового поведения и уровня финансовой грамотности населения
- Разработаны системы («рамки») компетенций финансовой грамотности для школьников и взрослых
- Разработаны инструменты оценки и системы мониторинга результативности реализации Проекта и достижения поставленных задач
- В регионах подготовлено более 200 тьютеров в области повышения финансовой грамотности взрослого населения
- Разработаны и реализуются образовательные курсы по финансовой грамотности для различных слоев населения
- Реализуются региональные программы, включающие образовательные мероприятия, консультационные услуги для целевых групп Проекта, а также систему мониторинга и оценки результатов работы. Программы подготовлены на основе партнерств с участием региональных администраций, финансовых институтов, образовательных учреждений, неправительственных организаций
- Проведены две межрегиональные конференции – «Повышение финансовой грамотности населения: лучшие практики и перспективы развития» и «Защита прав потребителей финансовых услуг: лучшие практики, проблемы и перспективы»
- Впервые проведены масштабные общественные мероприятия: Всероссийская неделя сбережений (Порядка 120-ти мероприятий в 11 регионах России) и Всероссийская неделя финансовой грамотности для детей и молодежи (Приняли участие более 25 тыс. студентов и школьников в 17 регионах страны)
- Разработаны 30 видов учебных пособий и курсов по финансовой грамотности для школ, детских домов, учреждений профобразования
- Разработаны образовательные программы для бакалавриата и магистратуры вузов
- Разработаны программы и материалы для обучения взрослого населения, направленные на решение проблем, связанных с недостаточным уровнем финансовой грамотности (программы обучения для 4 возрастных групп – 25-30, 30-45,

45-60, 60-80 лет; тематические программы обучения: «Здоровый бюджет», «Уверенные накопления», «Посильная задолженность», «Надежная защита»

- Запущены механизмы оценки и информирования общественности о текущем состоянии и динамике защищенности прав потребителей финансовых услуг
- Разработаны и подготовлены к распространению печатные и электронные информационные материалы по защите прав потребителей финансовых услуг
- Создана электронная библиотека (инфотека), аккумулирующая информацию по вопросам защиты прав потребителей в финансовом секторе
- Разработаны рекомендации по созданию института финансового омбудсмана в России
- В рамках реализации Проекта создан Фонд хороших идей (ФХИ) – конкурс инициатив в области развития финансовой грамотности и защиты прав потребителей. В 2014 году поддержку получили 19 проектов, в 2015 – уже 28. Основная тематика проектов – это создание и выпуск телепередач, мультфильмов для детей, консультирование и юридическая помощь гражданам, программы социальной реабилитации детей-сирот и детей с ограниченными возможностями, онлайн курсы по повышению финансовой грамотности, «сельский университет третьего возраста» и др.

НЕДЕЛЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ

В рамках этого проекта в марте 2015 года прошла Всероссийская неделя финансовой грамотности для детей и молодежи. Впервые Российская Федерация присоединилась к проекту CYFI Global Money Week. Российские студенты и школьники смогли посетить более 150 образовательных мероприятий (лекции, семинары, экскурсии, мастер-классы) в 13 регионах страны, принять участие в конкурсах и играх, а также задать вопросы онлайн ведущим финансистам.

В ходе мероприятия аудитории были представлены различные обучающие материалы, например, учебники финансовой грамоты для школьников и студентов, книжки-раскраски, рассказывающие детям о бюджете и налогах и другие. Специально для мероприятия банк Хоум Кредит разработал детскую деловую игру «Полезные деньги». Разделившись на команды, каждая из которых играла роль семьи, участники планировали свою финансовую жизнь, зарабатывали и расходовали игровые деньги. Побеждала та команда, которая рационально планировала семейный бюджет, отдавала приоритет обязательным расходам, а не развлечениям, инвестировала средства в развитие, обучение членов семьи, использовала накопительные финансовые инструменты.



В рамках обозначенного проекта Минфина России издательство «Вита-Пресс» завершило масштабный проект – создание комплексной системы учебных курсов по финансовой грамотности для дополнительного образования. В свет вышла серия учебно-методических комплектов для дополнительного образования «Учимся разумному финансовому поведению», в которые входят учебники для детей разного возраста, а также материалы для преподавателей и родителей.

Программы, направленные на повышение финансовой грамотности детей и подростков, реализует регулятор финансового рынка. **Центральный банк** России разработал проект программы по повышению финансовой грамотности населения, в том числе молодежной и детской аудитории, которая включает в себя введение практики финансового образования в школах, а также внеобразовательных учреждений. В рамках проекта Экспертного совета по финансовой грамотности при ЦБ РФ – «Неделя финансовой грамотности в регионах России» – с 2010 года проводятся мероприятия, на которых эксперты Банка России, представители брокерских, управляющих, страховых компаний, пенсионных фондов, банков, преподаватели московских школ и вузов общаются с представителями различных целевых аудиторий, в том числе с учащимися школ и вузов. Для школьников, как правило, проводятся тренинги и деловые игры, студентам предлагается принять участие в мастер-классах.

Кроме того, в настоящее время на сайте регулятора размещены различные информационные и образовательные материалы для детей и подростков, на-

пример презентация для учащихся школ «Что значит быть финансово грамотным?», в которой изложены основные правила финансовой безопасности и разъяснены различия между финансовыми продуктами и услугами. Также на сайте Банка России есть материалы для маленьких детей и образовательная игра, призванная научить будущих потребителей отличать настоящие купюры от фальшивых.

Помимо упомянутых проектов на российском рынке есть программы по повышению финансовой грамотности населения, реализуемые различными общественными и коммерческими организациями, но они в основном не ориентированы на детей и подростков. Примером таких программ является он-лайн телеканал для тех потребителей, кто считает необходимым повысить собственную финансовую грамотность, ФинграмТВ от Ассоциации Российских Банков, портал Банки.ру или проект «Азбука финансов», разработанный при поддержке платежной системы Visa International, Института финансового планирования и других участников финансового рынка.

В качестве редких специализированных программ различных негосударственных организаций можно выделить программу АРБ «Месячник финансовой грамотности в детских домах», включающий в себя проведение уроков финансовой грамотности в детских домах и школах-интернатах, которая, тем не менее, рассчитана не на широкую аудиторию будущих пользователей финансовых услуг, а на ограниченный социально незащищенный сегмент детей и подростков. В рамках данной программы объе-



диняется значительное количество кредитно-финансовых организаций, участвующих в обучающих мероприятиях для подрастающего поколения.

Следует отметить, что проекты повышения финансовой грамотности в России реализуются при поддержке образовательных учреждений и организаций, занимающихся защитой прав потребителей. В таких случаях программа может иметь не столько обучающую, сколько стимулирующую к поиску знаний и информации цель.

С 2008 года в России проходит олимпиада школьников в рамках олимпиадного движения при Российском союзе ректоров. Победители и призеры этого мероприятия имеют возможность воспользоваться льготами при поступлении в вузы.

Среди прочих олимпиад проводится Всероссийская олимпиада по финансовому рынку и основам потребительских знаний для старшеклассников, организаторами которой являются Институт фондового рынка и управления совместно с Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека при поддержке Общероссийской общественной организации потребителей «Союз защиты прав потребителей финансовых услуг» (ФинПотребСоюз). Партнерами мероприятия выступают Сбербанк России, «Московская биржа» и «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию». В регионах олимпиаду для школьников поддерживают администрации глав субъектов РФ, органы управления образованием субъектов РФ, муниципальные органы управления образованием РФ и образовательные учреждения.

Некоторые банки в России организуют специальные курсы повышения финансовой грамотности для школьников – учат их правильно расходовать свои накопленные средства, экономить и преумножать. Однако часто подобные программы включают только игровой компонент и не рассчитаны на длительный процесс взаимодействия банка и представителя подростковой или детской аудитории.

КАРТА ШКОЛЬНИКА

MasterCard совместно с Министерством образования и науки Татарстана и банком АК БАРС реализует проект, приобщающий детей к финансовым продуктам и услугам, который направлен на воспитание грамотного финансового поведения. В рамках проекта учащимся ряда татарстанских школ выдали банковские карты с бесконтактной технологией оплаты MasterCard (учащиеся начальной школы

получили такие карты в браслетах). Карты выполняют сразу несколько функций: это платежный инструмент, средство идентификации при посещении школы или дополнительных занятий, проездной билет.

Родители активно участвуют в проекте – с помощью смс-оповещения они знают о том, находится ли ребенок в школе, оплачено ли питание, на что он тратит деньги с карты. С карты нельзя снять наличные, лимит пополнения составляет 15 000 руб., максимальная сумма ежемесячных операций – 40 000 руб. Помимо перечисленных функций, карта предусматривает получение скидок по программам лояльности.

Проект позволяет органам управления образованием и самим школам точнее контролировать средства, лучше организовывать систему дополнительного образования, решать ряд вопросов, связанных с безопасностью. Оператору питания проект обеспечивает прозрачность информационной системы, экономию на инкассациях и т.д.

Но самое главное – дети с ранних лет осваивают современные средства оплаты и на практике учатся финансовой грамоте.



Банк ВТБ24 открыл на территории «Центрального детского магазина» детский банк в детском городе профессий «КидБург». Приходя в «КидБург», дети сразу попадают в банк, где могут обменять свои сертификаты на специальную валюту и использовать ее в других игровых зонах центра. После получения подъемного капитала они могут попробовать себя в роли банкиров, то есть самостоятельно выполнить все операции: управлять электронной очередью, пересчитывать деньги в счетных машинках, проверять их на подлинность с помощью специального оборудования, работать с инкассацией и общаться с посетителями.



Сбербанк России открыл отделение в детском парке профессий «Мастерславль», расположенном в деловом центре «Москва-Сити». На территории города дети могут попробовать различные профессии, в том числе и профессию сотрудника Сбербанка. Офис Сбербанка оформлен в соответствии с корпоративными стандартами. В целом вся деятельность детей в офисе банка носит игровой характер. В банке можно обменять валюту города – «Золотые таланты», научиться определять подлинные банкноты и попробовать себя в роли инкассатора.



Международный опыт повышения финансовой грамотности детей и молодежи отличается разнообразием, в первую очередь, в отношении инициаторов и разработчиков таких программ – масштабные проекты реализуют регуляторы финансового рынка, государственные учреждения в сфере образования, а также игроки рынка – международные платежные системы, крупнейшие банки стран США и Евросоюза. Прочие игроки также часто реализуют собственные программы повышения финансовой грамотности, в основном в рамках работы со своими клиентами и их детьми. Значительную роль в развитии этих программ играют общественные организации и институты развития.

В Российской Федерации в настоящее время централизованная Национальная стратегия повышения финансовой грамотности находится на стадии разработки. Существующие программы государственных организаций, реализуемые самостоятельно или в сотрудничестве с международными институтами развития, проходят первые этапы становления. Активность прочих участников рынка – поставщиков финансовых услуг, общественных организаций и профессиональных сообществ – либо не затрагивает целевую аудиторию данного исследования (то есть, рассчитана на взрослое население страны), либо имеет несистематический или узкоспециализированный характер (определенный сегмент или тип деятельности).



РАЗДЕЛ 2

ФИНАНСОВЫЕ
ПРОДУКТЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ
И ПОДРОСТКОВ



КАРИНА АВАКЯН,
региональный координатор по Восточной Европе
и Центральной Азии, Child & Youth Finance International
(CYFI), Нидерланды

Два с половиной миллиарда работающих людей по всему миру не имеют доступа к сберегательным счетам в формальном финансовом учреждении. То же относится и к национальным программам повышения финансовой грамотности во многих странах – они часто ориентированы на сегодняшних потребителей финансовых услуг и не охватывают детей и молодежь как одну из важнейших целевых групп.

Однако доступ к финансовым услугам и получение качественного финансового образования являются ключевыми факторами, которые помогают молодежи принимать важные финансовые решения и построить безопасное финансовое будущее.

В этом смысле комплексное исследование НАФИ об уровне финансовой грамотности российских подростков и сопутствующих факторов является очень важным для дальнейшего развития этого направления в России. CYFI с удовольствием поделилась с НАФИ примерами инструментов из международной практики по расширению финансовой доступности для молодого поколения и кейсами финансовых институтов с уже существующими успешными и безопасными для детей финансовыми продуктами. Исследование может быть использовано не только организациями, занимающимися продвижением финансовой грамотности молодежи в России, но и финансовыми и банковскими учреждениями для понимания специфики работы с молодыми клиентами и разработки комплексной стратегии удовлетворения потребностей молодых (будущих) клиентов.



АННА ВАСИЛЬЕВА,
креативный директор Академии личных финансов (KIDS)

Дети – самая особенная и благодарная аудитория для всего на свете, в том числе для программ повышения финансовой грамотности. И дело не только в том, что дети – будущее нашей страны. Дело еще и в том, что в вопросах управления личными финансами сегодня мы почти все как дети. Это значит, что каждый из нас может отправиться в увлекательное путешествие к личному благосостоянию, начав с самых азов: учиться вместе с детьми, общаться, мечтать и планировать, делиться опытом своих финансовых ошибок и побед.

В нашей стране вопросы финансового воспитания и открытого диалога о личных финансах только начинают проявляться в обществе как долгосрочный тренд финансового оздоровления. Предстоит большая работа над формированием зрелой культуры потребления и управления личными финансами. И, конечно, финансово образованные сегодняшние дети станут самым главным драйвером качественных изменений завтрашнего дня. Это именно тот актив, в который нужно вкладываться ответственным родителям, финансистам и педагогам.

ТРЕБОВАНИЯ К ФИНАНСОВЫМ ПРОДУКТАМ И УСЛУГАМ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

В 2014 году в докладе Всемирного Банка Global Financial Development Report¹ была предложена система базовых требований к финансовым продуктам для детей и подростков. Данная система была призвана повысить доступность финансовых услуг для молодой аудитории и должна способствовать повышению финансовой ответственности и грамотности потребителей².

БАЗОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

ДОСТУП	Возможность открыть счет и получить к нему доступ через соответствующие каналы, простота управления
КОНТРОЛЬ	Возможность проверки баланса, снятия и пополнения счета производится автономно
ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ СТИМУЛ	Отсутствие овердрафта, транзакций за открытие, ведение и пополнение счета, скрытых комиссий, конкурентоспособная стоимость
БЕЗОПАСНОСТЬ	Сохранность средств, защита от мошенничества, сохранение персональных данных
ФИНАНСОВОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ	Комбинирование финансовых и жизненных навыков, адаптация под возраст, включая особенности продукта

В основе выделенных базовых принципов создания дружественных банковских продуктов для детей и подростков лежат требования, затрагивающие вопросы доступа, контроля, положительного финансового стимула для пользования финансовыми продуктами и услугами, безопасности и наличия образовательного компонента в предлагаемых целевой аудитории инструментах.

- **Доступ** оценивается с точки зрения доступности открытия счета (сберегательный, текущий или предоплаченный) и возможности управлять им после открытия. При этом каналы приобретения банковского продукта и управления счетом должны соответствовать возрасту целевой аудитории, а условия предоставления необходимо донести до детей и подростков в легко читаемой форме. Наличие регуляторных ограничений, например, затрагивающих минимальный возраст, до которого ребенку фактически закрыт доступ к пользованию финансовыми продуктами, или необходимость обеспечения идентификации клиента (принцип Know Your Customer, KYC) снижают уровень доступности финансовых услуг для целевой аудитории. Доступ к услугам также может быть ограничен из-за социально-демографических, культурных особенностей, а также общего уровня развития финансовой и телекоммуникационной инфраструктуры.
- Финансовые институты должны предоставлять максимальный **контроль** для держателя счета, придерживаться местного законодательства и соблюдать культурные и социальные нормы региона. При этом необходим баланс между предоставлением автономии ребенку и наличием родительского контроля, а также руководства в процессе управления личными финансами. Коммуникация с детьми, основывающаяся на принципах простоты и прозрачности, должна гарантировать, что владелец счета сможет эффективно контролировать все денежные потоки. Финансовые учреждения обязаны при этом обеспечить не только возможность управления ими, но и наличие образовательной составляющей, приучающей детей к осуществлению контроля за финансами. Также иметь высокий уровень технической поддержки, которая позволит в любой момент решить возникшие проблемы.
- Безусловно, финансовые продукты для детей и молодежи должны обеспечивать высокий уровень физической и технической **безопасности**, что включает в себя защиту персональных данных, защиту от мошенничества и гарантию сохранности денежных средств владельца.

¹ The World Bank (2014). Global Financial Development Report.

² International Finance Corporation, Washington, Product Design Case Studies.

- Несмотря на то, что подобные продукты призваны научить детей, что пользование финансовыми услугами предполагает оплату в соответствии с существующими тарифами, наличие **положительного финансового стимулирования** в виде отсутствия различных комиссий является важной составляющей при введении представителей целевой аудитории в финансовую систему. Другими словами, давая ребенку или подростку уверенность в собственных финансовых возможностях и обеспечивая доверие к поставщику услуг, финансовая организация стимулирует длительную экономическую активность и вовлеченность с его стороны в будущем. В данном случае речь идет о социальной ответственности поставщика, который формирует в сознании целевой аудитории принципы взаимодействия с финансовыми компаниями, основанные на обоюдном доверии, понимании собственных прав, возможностей и обязанностей.
- **Финансовое и экономическое образование** граждан, представляющее собой комплекс жизненных навыков и знаний о финансах, а также понимания собственных прав и обеспечения автономии в управлении средствами, – является одним из самых важных элементов таких продуктов. Именно наличие образовательной составляющей необходимо для повышения финансовой грамотности детей и подростков, обеспечения доступности финансовых услуг.

ТИПЫ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

Сберегательные и текущие счета. Первым опытом ребенка или подростка включения в финансовую систему может быть сберегательный или текущий счет, привязанный к платежной карте. Например, текущий счет ребенка привязывается к дебетовой карте, которая позволяет осуществлять небольшие транзакции. Для открытия некоторых счетов или оформления карт в тех странах, где согласие родителей на получение доступа к таким продуктам заложено требованиями законодательства, рекомендуется встраивать так называемый «родительский контроль». Например, он может выражаться в необходимости подтверждения покупок (дистанционно с помощью мобильного приложения, по телефону или с использованием SMS-оповещений), ограничении размера суммы транзакции или категории торгово-сервисных предприятий, где она может быть использована.

Наиболее значимым фактором здесь является доступность финансовой услуги. Дети и подростки должны иметь возможность открыть и использовать такой счет, независимо от любых социально-экономических, демографических или культурных факторов. Это делает первостепенно значимыми такие параметры продуктов как отсутствие комиссии за открытие счета или возможность открыть счет в том банке, где не обслуживаются родители потенциальных пользователей финансовых услуг.

Финансовая доступность, особенно в сельской местности и регионах страны, имеющих определенную специфику (территориально отдаленных, с низким уровнем развития инфраструктуры и т.д.), предполагает наличие продуктов или коммуникационных материалов для различных категорий населения, вне зависимости от их гражданства или национальности (например, описание тарифов и условий на разных языках).

Немаловажно учитывать и еще одну особенность целевой аудитории, а именно: отсутствие законченного образования и сформированных поведенческих паттернов. Другими словами, ребенок должен легко понимать механизм функционирования счета, вне зависимости от его базовой подготовки. Это требование исключает наличие сложных правил формирования процентных ставок, «пороговых» сумм и временных рамок. Продукт должен позволить ребенку или подростку усвоить базовый принцип, который условно можно выразить следующим образом:

«Я положил деньги в банк, мои денежные средства находятся в безопасности, каждый месяц сумма немного увеличивается, и я могу взять мои деньги из банка в любой момент, когда захочу».

Учитывая специфику формирования доходов ребенка, следует ожидать небольших несистематических поступлений на счет, в связи с чем рекомендуется исключить наличие минимальной суммы пополнения или неснижаемого остатка (или сделать их очень небольшими).

Как уже было отмечено ранее, для формирования и поддержания доверительных взаимоотношений с целевой аудиторией и избегания возникновения

задолженностей, такие продукты не должны предполагать комиссий за пополнение счета или снятия денежных средств. В дальнейшем наличие таких условий может выступить барьером к пользованию финансовыми услугами по достижению ребенком совершеннолетия.

С другой стороны, наличие доступно изложенных условий пользования на первых этапах коммуникации с поставщиком услуг является фактором формирования лояльности к финансовой системе в целом. Открытие первого сберегательного или расчетного счета – значимый шаг в жизни ребенка или подростка. В первую очередь, это возможность дать ребенку чувство собственности и таким образом сформировать основу сберегательного поведения в наиболее эффективном формате. Наилучших результатов можно достичь в том случае, если счет открыт на имя ребенка (а не родителей), и ребенок признается поставщиком услуг в качестве клиента.

Предоплаченные карты и счета. Предоплаченная банковская карта является не очень распространенным продуктом на российском рынке, что в первую очередь обусловлено популярностью зарплатных

карт среди взрослого населения страны. Однако именно такие продукты могут быть использованы для повышения финансовой грамотности детей и подростков и формирования эффективных паттернов финансового поведения. Предоплаченной картой является платежная карта, на которую вносится ограниченная сумма (как правило, родителями или опекунами) для совершения платежных операций. Для предоплаченных карт для детей и подростков могут быть установлены ограничения и уведомления, при этом ввести такие ограничения могут как владельцы карт, так и их родители (например, SMS-оповещения, которые поступают на мобильные телефоны родителей сразу после использования карты). По сути, предоплаченная карта или счет являются более простым для использования и понимания продуктом (потенциально, востребованным среди более молодой аудитории подростков), а также более доступным с точки зрения пользования и получения, так как не предполагает открытия банковского счета.

Таким образом, предоставление возможности пользования финансовыми продуктами для детей и молодежи предполагает сосредоточение усилий поставщиков финансовых услуг.

Характеристики финансовых продуктов для детей, согласно системе базовых требований к финансовым продуктам для детей и подростков, разработанная Всемирным Банком.

Использование мобильных и интернет-технологий для разработки привлекательных продуктов и снижения издержек для потребителей	...И В ТО ЖЕ ВРЕМЯ...	Обеспечение возможностью пользоваться финансовыми продуктами представителей детской и молодежной аудитории, имеющих ограниченный доступ к таким технологиям
Разработка продуктов, предвосхищающих растущие потребности пользователей		Выбор продуктов, соответствующих возрасту, возможностям и потребностям представителей целевой аудитории
Использование подходящих марок для продвижения финансовых продуктов, в том числе для создания партнерских продуктов		Балансирование между классическим продвижением продуктов и социально-ответственным бизнесом (например, создание партнерских программ с детскими музеями, бонусных программ с социальными организациями)
Адаптация новых технологий для рационализации процесса взаимодействия клиента и банка		Обеспечение доступности для всех потребителей
Создание продуктов совместно с организациями, чьей целевой аудиторией являются дети и молодежь		Обеспечение прозрачности условий подобных партнерств и справедливости условий для потребителей
Реалистичное отношение к потребностям и желаниям целевой аудитории		Балансирование между обеспечением текущих потребностей пользователей и формированием эффективных финансовых стратегий (например, в отношении цели сбережений: развлечение vs. образование)



ХасBank, Монголия

Монгольский ХасBank разработал финансовую услугу для детей и молодежи – Aspire. Это сберегательный счет, который подросток 14-18 лет может открыть самостоятельно, и при этом он может принять участие в социальной и финансовой образовательной программе по получению финансовых знаний и навыков. Проект реализуется совместно с некоммерческой организацией Aflatoun, целью которой является защита прав детей на финансовом рынке, популяризация финансового образования.



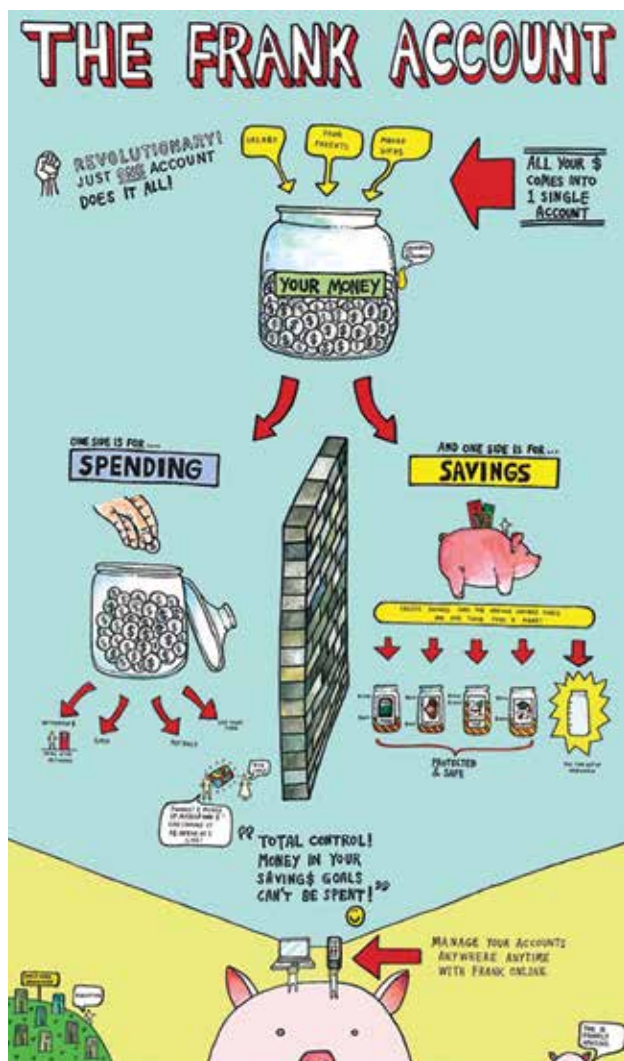
OCBC Bank, Сингапур

В Сингапуре OCBC Bank в 2011 году разработал новую концепцию банкинга для молодежи в возрасте от 16 до 29 лет – FRANK. Юные клиенты банка могут осуществлять сбережения и финансовые операции с одного счета, начиная с 16 лет. К счету прилагается мобильный и Интернет-банк, банковская карта (в начале дебетовая, а с определенного возраста – кредитная). При этом банк поддерживает интерес целевой аудитории к своим продуктам и сервисам, предлагая молодежи обслуживаться в отделениях нового формата (более всего похожих на кафе или магазин), выбирать индивидуальный дизайн для своих карточных продуктов из множества предложенных. Особенности продукта также являются нулевой требуемый минимальный баланс счета, невысокие процентные ставки и отсутствие комиссий за снижение минимального остатка на счете. Подобная политика позволяет банку не только привлекать новых клиентов, но и сохранять их в дальнейшем, когда они достигают более взрослого возраста.



Government Savings Bank, Таиланд

Government Savings Bank в Таиланде с 1998 года реализует банковскую программу на базе школы. Такой «школьный банк» управляется школьниками и их учителями, сотрудники же самого банка играют роль консультантов. Специально отобранные ученики выполняют роль управляющих, финансовых менеджеров, операционистов и кассиров. Операции пополнения счетов или получения денежных средств в таких банках осуществляются до и после уроков или во время обеда. К 2009 году на базе школ Таиланда действовало 350 отделений, в которых было открыто 820 тысяч сберегательных счетов, с общим объемом денежных средств детей и подростков на них 328 миллионов бат (10 миллионов долларов США).





Commonwealth Bank, Австралия

Более 80 лет в Австралии Commonwealth Bank реализует программу специального школьного обучения, в ходе которого детям прививается привычка осуществлять сбережения. Банк предлагает детям и подросткам в возрасте до 18 лет специальный сберегательный счет – «Youthsaver account» (детям в возрасте до 16 лет требуется согласие родителей для его открытия, после его достижения подростки могут открыть счет и пользоваться им независимо от решения официальных опекунов). Условия и тарифы для данного продукта максимально дружелюбны по отношению к представителям целевой аудитории. Пользование таким счетом не предполагает ограничений по минимальной сумме взноса или остатка на счете, ежемесячной платы за его обслуживание. Снятие денежных средств осуществляется в банкоматах Commonwealth Bank бесплатно, а если ребенок или подросток не совершал подобных операций в течение месяца, ему выплачивается небольшой бонус, как поощрение за сберегательную активность.



Axis Bank, Индия

В Индии Axis Bank выпускает для студентов, обучающихся за рубежом, продукт, который представляет собой гибрид идентификационной студенческой карты и предоплаченной платежной карты. Карта позволяет получить легкий доступ к финансовым операциям, скидки на различные страховые продукты для путешествий и выгодные курсы для обменных операций.



PKO Bank Polski, Польша

В Польше PKO Bank Polski предлагает детям от 13 лет специальный продукт – PKO Junior. Дети оформляют собственный онлайн-счет, который открывает доступ к их собственным карманным деньгам, которые им дали родители. С таким счетом можно совершать различные операции:

пополнение счета мобильного телефона, банковские переводы, осуществление накоплений. Родители, в свою очередь, имеют доступ к счетам детей через приложение, встроенное в Интернет-банк для взрослых пользователей. С одной стороны, подобный доступ обеспечивает родительский контроль за операциями ребенка (позволяет родителям блокировать некоторые транзакции), с другой – обеспечивает возможность получения детьми первоначальных навыков пользования финансовыми продуктами.



Al Amal Microfinance Bank, Йемен

В Йемене Al Amal Microfinance Bank предлагает представителям молодежного сегмента как финансовые, так и нефинансовые услуги, позволяющие повысить уровень финансовой грамотности целевой аудитории. Финансовые услуги представлены кредитными, сберегательными и комиссионными (переводы, платежи, обмен валют) сервисами, а нефинансовые – образовательными и консультационными. Обучение управлению собственными средствами и другим важным навыкам и знаниям, связанным с финансами, осуществляется через специальный образовательный фонд.



Uganda Finance Trust, Уганда

Банк Uganda Finance Trust предлагает три молодежных продукта жителям Уганды – Girls' Choice, Teen Classic и Youth Progress. Все три продукта предполагают гибкие требования к списку документов, необходимых для оформления, низкая стоимость обслуживания счетов, отсутствие комиссий за снятие и пополнение счета и требований к минимальному остатку средств на счете. Ко всем продуктам прилагаются нефинансовые образовательные сервисы, рассчитанные на детей от 10 до 15 лет, сформированные в зависимости от пола, возраста и формы обучения ребенка (в школе или вне ее), что позволяет UFT организовывать семинары или лекции, адаптированные под различные группы юных пользователей. Обучение проводится в партнерстве с различными социальными организациями, ориентированными на молодежь. В ходе обучения

затрагиваются вопросы финансовой грамотности, профессиональной ориентации, сохранения здоровья, планирования образования, а также проводятся занятия по развитию предпринимательских навыков.



Dubai Islamic Bank, ОАЭ

Dubai Islamic Bank – первый банк, внедривший в свою работу принципы исламского банкинга, – предлагает детям и подросткам специальный продукт Shaatir. Также, как и многие другие подобные продукты, пользование этим счетом не предполагает выплаты каких-либо комиссий или обеспечение минимального баланса. Управление счетом осуществляется через Интернет. На специальном веб-сайте, посвященном данному продукту, дети могут получить информацию о банковских продуктах, принципах экономии, поиграть в обучающие игры и посмотреть специальные фильмы.



Hatton National Bank, Шри Ланка

Hatton National Bank в Шри-Ланке разработал программу обслуживания представителей низко-доходного сегмента и жителей сельской местности, в том числе включив в нее несколько подпрограмм для молодежи. Первая включает организацию специализированных банковских центров в школах, вторая – создание отдельных микрофинансовых продуктов для молодежи в сельской местности, которые позволяют получить потребителям как финансовые, так и нефинансовые услуги. Кроме того, банк предлагает жителям страны уникальный продукт – Napan Savings Accounts. Он рассчитан на детей от 0 до 16 лет, и с 7 лет ребенок может открыть его и управлять им самостоятельно.



Intesa Sanpaolo, Италия

В 2009-2010 гг. в Италии банком Intesa Sanpaolo была запущена ко-брендовая программа для студентов и молодежи Superflash. Традиционный

банковский счет с обычным функционалом предоставлялся клиентам банка бесплатно до 26 лет. Специальные отделения, открытые в рамках этой программы, отличались расширенным графиком работы, молодым персоналом, свободным доступом к Wi-Fi. В рамках обслуживания в таких отделениях и на сайте программы молодые пользователи могут получить консультацию по управлению денежными средствами, по вопросам профориентации и так далее. Образовательные программы осуществлялись при поддержке компаний Sony и Vespa.



Banco Republica Oriental del Uruguay (BROU), Венгрия

В Венгрии дети с 14 лет могут открыть и управлять счетом «X mi cuenta» в Banco Republica Oriental del Uruguay. К счету прилагается дебетовая карта и доступ в Интернет-банк. Продукт не предполагает наличие овердрафта, платы за открытие и обслуживание счета, минимальной суммы пополнения. Владельцы счета имеют льготное право на получение учебников в библиотеке.



Rabobank, Голландия

Голландский продукт Rabo Jongeren Rekening от Rabobank доступен подросткам в возрасте от 12 до 18 лет для того, чтобы позволить им ощутить финансовую независимость. Продукт интересен тем, что будучи оформленным с 12 лет с разрешения родителей, он претерпевает изменения по мере взросления ребенка, предоставляя ему все большую свободу действий и расширяя набор доступных сервисов. Кроме того, банк предлагает детям финансового digital-инструктора Yvette, которому они могут задать вопросы, касающиеся финансовых проблем.



Kenya Post Office Savings Bank, Кения

Государственный Post Office Savings Bank в Кении разработал продукты, рассчитанные на население в возрасте до 18 лет. Например, бесплатный счет

SMATA, не только не предполагающий комиссий, но и необлагаемый налогами, может быть открыт с минимальным балансом в 5 долларов. С 2012 года банк открыл около 70 тысяч детских счетов. Уникальность продукта также состоит в том, что родители не имеют никакого доступа к счетам детей.



ING, Голландия

ING в Голландии предлагает детям и подросткам множество различных продуктов. Например, Kinderrekening для детей в возрасте от 5 до 12 лет или Jongerenrekening для подростков (от 12 до 18 лет). Jongerenrekening открывается независимо, но родители должны дать разрешение на пользование сервисами ДБО (возможно подключение сервиса родительского контроля). Дети получают расчетный и сберегательный счет, индивидуальную дебетовую карту. ING разработал целую систему финансового образования в рамках данной программы – от обучающих игр на планшете, до специальных сервисов в Интернет-банке, поощряющих накопления.



Allied Bank Limited, Пакистан

Пакистанский Allied Bank Limited является одним из крупнейших банков в стране и одним из первых, кто открыл специализированное отделение для молодежи. Филиал имеет отдельный этаж с зоной для посетителей-студентов, где они могут расслабиться и позаниматься, в то время как сотрудники отделения подбирают для них продукты и услуги или ищут информацию по интересующим их финансовым вопросам.



DBS Bank, Сингапур

Сингапурский DBS Bank запустил новое отделение, ориентированное на молодежную аудиторию, основной целью которого является повышение уровня финансового образования детей и подростков. Действующий с 2011 года DBS Remix, является центром тестирования новых банковских продуктов и проведения образовательных мероприятий. Стратегия DBS направлена на привлечение молодых специалистов к своим проектам, повышению финансовой грамотности, обучению азам предпринимательства. Особенность отделения – его высокотехнологичность. Например, при входе расположен 40-дюймовый мультитач экран, который позволяет просматривать фотографии с мероприятий, буклеты в электронном виде, обращаться за теми или иными банковскими продуктами, отправлять нужную информацию на свои смартфоны.



Россия

В РФ оформление финансовых продуктов для детей и подростков осуществляют многие российские банки, однако почти все существующие услуги для несовершеннолетних пользователей фактически рассчитаны на другую целевую аудиторию (их родителей) и не включают в себя образовательный компонент. Так, во многих крупнейших розничных и универсальных российских банках детям в возрасте от 14 лет может быть оформлена карта, выпущенная как дополнительная к карте их родителей. При этом родители могут воспользоваться услугой установки ежедневного, еженедельного или ежемесячного лимита расходования средств по дополнительной карте, однако данный сервис прилагается к дополнительному пластику без учета особенностей

потребительского поведения несовершеннолетнего пользователя финансовой услуги.

В качестве исключения следует отметить детскую дебетовую карту, выпускаемую кредитно-финансовой организацией «Восточный Экспресс Банк» (которая продвигается среди родителей и в первую очередь ориентирована на контроль за денежными потоками ребенка) и «Детскую карту» M2M Private Bank, рассчитанные на детей с 6 лет (данный продукт направлен на контроль за платежами ребенка и, в силу ориентации банка на высокодоходную аудиторию он не может быть отнесен к массовым продуктам).

С недавнего времени в России появились школьные карты, которые являются одновременно и платежным инструментом, и идентификатором ребенка в различных ситуациях. Однако они не

привязаны к каким-либо обучающим программам, направленным на повышение уровня финансовой грамотности.

Российские банки предоставляют возможность открытия детских вкладов, но управлять и распоряжаться ими, как правило, могут только взрослые. В России вклады делятся на две группы: вклады для детей до 14 лет, которые открываются родителями, бабушками/дедушками или опекунами/попечителями в пользу ребенка (например, «Детский» вклад от банка «Зенит»), и вклады для подростков от 14 до 18 лет, которые могут оформить как законные представители ребенка, так и он сам с их разрешения («Детский» вклад для клиентов «А-Клуба» «Альфа-Банка», доступный только ограниченному сегменту потребителей). При открытии вклада требуется паспорт родителя и свидетельство о рождении или паспорт ребенка.

Международный опыт разработки и продвижения специализированных финансовых продуктов и услуг, призванных повысить финансовую грамотность детей и молодежи и привить им навыки эффективного управления денежными средствами, так же обширен, как и образовательные программы. Многие игроки финансового рынка развивают такие продукты и услуги, в том числе для повышения лояльности текущих клиентов и в качестве вложения в привлечение будущих.

В Российской Федерации развитие данного сегмента рынка находится на начальном этапе – большинство предлагаемых продуктов продвигаются среди родителей. Они рассчитаны либо на контроль за расходами (но не на обучение детей и подростков), либо на вложение в будущее подрастающего поколения. Наиболее гибкие продукты являются сейчас частью премиальных продуктов для родителей, принадлежащих к высокодоходной аудитории.

A young child with blonde hair is looking upwards, surrounded by many colorful bubbles. The child is wearing a dark blue dress and is sitting on a grassy field. The background is a soft, out-of-focus green field under a bright sky. The overall mood is whimsical and dreamlike.

РАЗДЕЛ 3

**ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ
ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ
В РОССИИ**



ВИКТОР МАЙДАНИУК,
генеральный директор Института фондового рынка
и управления (ИФРУ)

Проведенное НАФИ исследование – это, по сути, несколько самостоятельных исследовательских проектов, объединенных проблематикой социализации детей и подростков в финансовой сфере. В частности, в результатах широко представлен международный и российский опыт реализации программ по повышению финансовой грамотности, который исследовался с помощью desk research. Следует отметить широкий географический охват представленного обзора, разнообразие описанных подходов, а также наличие информации не только по национальным, но и по корпоративным программам.

Отчет содержит интересный подбор детских и молодежных финансовых продуктов, реализуемых поставщиками услуг в разных культурных традициях и экономических условиях. Полагаю, что собранная информация может быть полезной не только для российских финансовых институтов, но и для государственных регулирующих органов, которые занимаются решением задачи по повышению доступности финансовых услуг. Развитие рынка финансовых продуктов для детей и подростков в соответствии с базовыми принципами, сформулированными Всемирным банком, во многом зависит от дружелюбности национальной нормативной системы к младшим группам потребителей финансовых услуг.

В ходе основной части исследования НАФИ получен уникальный материал о представлениях, установках детей и подростков в отношении денег, финансовых институтов и их услуг. В исследовании прослеживается возрастная динамика, а также анализируется процесс вовлечения аудитории в финансовую жизнь на поведенческом уровне. Причем, особое внимание уделяется механизмам освоения финансовой реальности в семье, учитывается роль финансовых установок и поведения родителей.

Полученные в ходе исследования результаты позволяют более комплексно рассмотреть процесс включения ребенка и подростка в реальные денежные отношения. Они свидетельствуют о необходимости учета семейного фактора, о целесообразности разработки новых подходов к повышению финансовой грамотности, предполагающих не столько школьное, а внутрисемейное развитие финансовых компетенций.



АНДРЕЙ ПАРАНИЧ,
директор саморегулируемой организации
«Микрофинансирование и Развитие» (СРО «МиР»)

В России отсутствует культура правильного финансового поведения из-за особенностей исторического пути нашей страны. Даже взрослые люди зачастую не привыкли планировать свое финансовое будущее, не умеют правильно использовать существующие финансовые инструменты, не считают нужным контролировать свои доходы и расходы. Старшее поколение россиян воспитывалось в то время, когда вопросы финансовой грамотности были не актуальны: гражданам советского союза были просто не доступны те финансовые инструменты, которые существуют сейчас.

Времена изменились, а привычки остались прежними. Более того, россияне не только сами реализуют модели нерационального финансового поведения, но и передают их своим детям. На мой взгляд, единственным способом достаточно быстро прервать воспроизводство устаревших, не работающих в современных реалиях моделей, является введение обязательного курса финансовой грамотности в школах и вузах.

Конечно, финансовое образование – это долгосрочный проект. Для того, чтобы мы увидели его первые результаты, должно пройти достаточно много времени. А по-настоящему финансово грамотными можно будет назвать только детей сегодняшних школьников – тех, кто получит навыки управления своими финансами в семье, учась у своих родителей. Именно поэтому так важно начать централизованное финансовое воспитание уже сейчас.



ЕВГЕНИЯ БЛИСКАВКА,
директор Института финансового планирования,
автор книги «Дети и Деньги»

Как сказал Франклин Рузвельт, «мы не всегда можем сделать будущее лучшим для наших детей, но мы всегда можем их к нему подготовить». Исследование по вопросу развития молодежи, проведенное в городе Сент-Пол, штат Миннесота, показало, что дети, у которых с детства есть карманные деньги, становятся более успешными и удовлетворенными жизнью взрослыми людьми. Участников эксперимента наблюдали с девятого класса школы и до достижения ими 40-летнего возраста. Дети, в юном возрасте освоившие правила управления бюджетом и получившие опыт достижения целей, впоследствии гораздо лучше справлялись со своей взрослой финансовой жизнью.

От того, сможем ли мы, родители, передать своим детям навыки разумного управления ресурсами, во многом зависит, насколько уверенно они смогут шагать по жизни и достигать своих личных целей. А нужно-то всего ничего: научиться договариваться с собственными желаниями и бюджетом; делать накопления и двигаться к поставленным финансовым целям; понимать и использовать по назначению возможности современных финансовых инструментов.

Научиться всему этому совсем не сложно, а можно даже весело, если внести игровой элемент. Вы когда-нибудь пробовали вместе выбрать лучшие кроссовки в категории цена/качество через «контрольную закупку»? Проводили квест «закупка по списку» в гипермаркете? Наблюдали за поведением ценной бумаги? Считали, сколько киндер-сюрпризов можно купить по цене нового робота или куклы? Открывали банк «Домашний»? Готовили бизнес-план «своего дела»? Эти и другие нехитрые и крайне увлекательные занятия позволят заложить прочный фундамент будущего финансового благополучия и возможностей для реализации мечтаний наших детей.





ИРЭН ШКАРОВСКАЯ,
начальник управления стратегических коммуникаций
Банка «Хоум Кредит»

Зачем исследовать уровень финансовой грамотности детей? Конечно, для того, чтобы мы, взрослые, задумались, какой пример мы им подаем, и что из этого получается. Финансовое воспитание не требует от нас никаких сверх усилий, только немного терпения и внимания к собственному ребенку.

Обсуждайте с ребенком экономическую ситуацию в стране и в мире, ведите учет доходов и расходов, планируйте крупные покупки заранее, регулярно делайте сбережения, выдавайте карманные деньги системно и осознанно, в 14 лет откройте ребенку дебетовую карту, вовлекайте его во все эти процессы, обсуждайте с ним финансовую жизнь семьи, спрашивайте совета и учитывайте его мнение. Вы сами удивитесь, насколько дельные и практичные комментарии будет давать ребенок. Дети все схватывают налету. И нередко они бывают более финансовоответственными и осторожными, чем взрослые. Так что наша с вами задача – не навредить, а наоборот, дать им «удочку» в виде знаний и навыков грамотного финансового поведения. Успех, финансовую устойчивость своей будущей семьи они обеспечат себе сами.

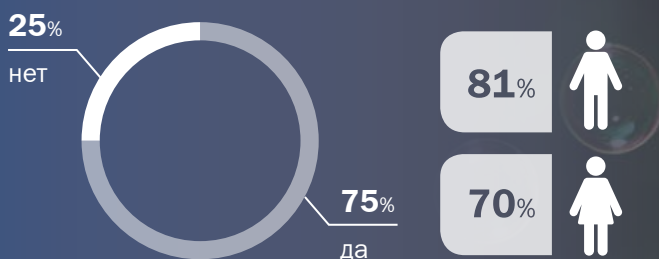


НАЛИЧИЕ СОБСТВЕННЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Три четверти несовершеннолетних подростков (75%) в возрасте от 14 до 17 лет имеют собственные денежные средства. При этом мальчики чаще, чем девочки, отмечают наличие собственных денег – 81% против 70% соответственно.

Есть ли у Вас в распоряжении собственные деньги?

% опрошенных детей и подростков



Основным источником денежных средств для детей являются карманные деньги, выдаваемые родителями или другими родственниками (81%). В то же время 28% опрошенных указали, что получают доход от подработок или постоянной работы. Некоторые участники опроса, как правило, в возрасте 16-17 лет указывали в качестве источника денежных средств стипендию или другие регулярно выплачиваемые пособия.

Как и в случае с наличием собственных денежных средств, распределение источников дохода различается среди мальчиков и девочек. Так, мальчики чаще отмечали, что получают деньги от работы или подработок (37% по сравнению с 17% среди девочек).

Отметьте, пожалуйста, все источники Ваших денежных средств за последние 6 месяцев?

% опрошенных детей и подростков



Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов



Данные, полученные в ходе опроса подростков, согласуются с опросом родителей: менее 40% родителей указали, что не выделяют денежные средства на карманные расходы своим детям. Самые низкие показатели зафиксированы в больших городах с населением от 500 тысяч до 1 миллиона человек (от 58% до 64% в зависимости от величины населенного пункта).

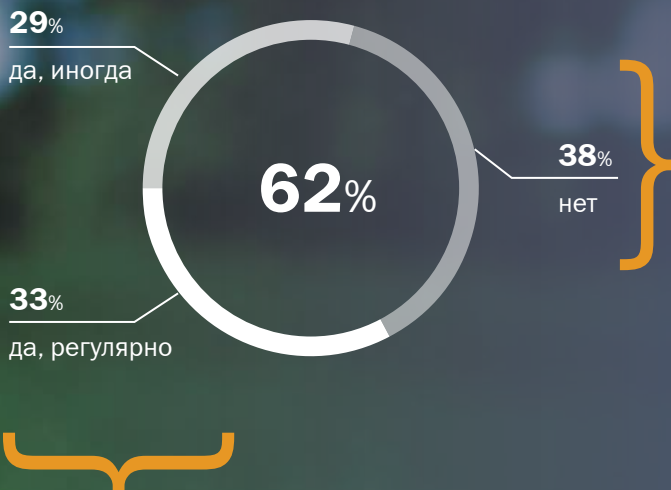
Одной из причин таких различий между типами населенных пунктов может быть восприятие «карманных денег» как категории. В крупных городах к карманным деньгам потребители относят, как

правило, денежные средства, которые выдаются ребенку на его личные нужды (развлечения, покупки игрушек и т.д.). В небольших населенных пунктах так называют любые деньги, которые получает ребенок, в том числе для покупок продуктов питания для всей семьи.

Чаще всего выдают денежные средства своим детям потребители в Северо-Кавказском, Южном и Уральском федеральных округах – более 70% родителей в этих регионах регулярно или время от времени дают им карманные деньги.

Выделяете ли Вы своим детям деньги на карманные расходы?

% опрошенных родителей детей от 4-х лет, в целом по России, в разрезе по федеральным округам и типам населенных пунктов



Доля родителей, не выделяющих карманные деньги своим детям



Доля родителей, регулярно или иногда дающих карманные деньги своим детям



В то же время проведенное исследование показало, получение карманных денег от родителей не всегда подчинено каким-либо четким правилам, даже если имеет систематический характер. Ребенок не всегда может предсказать, какую сумму денежных средств он получит, и какие его действия будут этому способствовать. В ходе групповых дискуссий с детьми и подростками было выявлено несколько стратегий, которые используют родители при выдаче карманных денег.

• **Мотивирующая**

Карманные деньги выдаются детям в качестве поощрения за хорошие оценки в школе или выполненную домашнюю работу. Как правило, такая стратегия практикуется родителями маленьких детей и младших подростков (до 13-14 лет). Поощрения могут выплачиваться регулярно, за каждое достижение ребенка, или на нерегулярной основе. Во втором случае, в виду значительно меньшей эффективности при мотивировании, такая стратегия по мере взросления ребенка может перейти в одну из нижеследующих.



АРСЕНИЙ, 12 лет

«Мне дают: помыл посуду – 100 рублей, помыл полы – 200 рублей. У меня как бы своя зарплата за свои действия. Сделал уроки – 10 рублей, потому что это моя обязанность. Убрался в комнате – 500 рублей, если я хорошо убрал».

АНЯ, 13 лет

«Раньше мне тоже за оценки давали. Теперь я спрашиваю на то, что мне нужно. Могут дать, а могут и нет. От настроения зависит. Ну и от оценок в целом».

ИЛЬЯ, 14 лет

«Я просто прошу, и мне родители сразу это покупают и все. Надо будет постараться, недельку в школе хорошо учиться».

• **Остаточная**

Денежные средства поступают к ребенку по остаточному принципу – при совершении покупки в магазине он может забрать себе сдачу. Чаще всего такая стратегия отмечалась у родителей подростков (от 13 до 17 лет).



АЛЕКСЕЙ, 13 лет

«Мне дают 1000 рублей. Можно маме 500 рублей положить на телефон или купить что-нибудь, а 500 рублей оставить себе. У меня уже много накопилось, 15 тысяч».

СВЕТЛАНА, 17 лет

«У меня так просто деньги не берутся, но со сдачи тоже можно накопить деньги, покупаешь еду, оставляешь сдачу себе».

АЛИНА, 12 лет

«Мне дают деньги за хорошие оценки. Был такой период, когда я разленилась совсем и училась плохо. А для мамы «плохо» – это четверки и тройки. Тогда мама давала мне денежки за пятерки. Теперь уже, конечно, не дает за это. Еще я со сдачи беру».

• Поддерживающая

Наиболее распространенная стратегия выдачи карманных денег подросткам старшего возраста (16-17 лет) выражается в регулярном предоставлении ребенку денежных средств на его повседневные нужды или крупные покупки без каких либо особых условий (как по просьбе ребенка, так и без нее) в связи с возрастающими потребностями подростка (транспортные расходы, обучение, развлечения и т.д.).



СОФИЯ, 16 лет

«Мне деньги дают каждый день. Нет, ну они же родители, они понимают – откуда у нас свои деньги? Допустим, я не работаю, никогда не работала. Я не беру деньги в долг, я просто прошу и все».

МАКСИМ, 16 лет

«Мне, допустим, мама в колледж каждый день дает 200 рублей «на покушать и попить». А так, обычно летом я работаю. В другое время учишься, времени особо нет. Да еще на праздники всякие деньги дарят. Еще беру то, что от сдачи остается».

ЛЕОНИД, 14 лет

«Абсолютно все то же самое. Родители дают, бабушка – редко очень. По каким-то праздникам, например, если у меня день рождения или Новый год».

• Бессистемная

Выдача денежных средств не имеет какой-либо системы и может быть обусловлена как наличием каких-либо значимых событий в жизни ребенка (день рождения, поездка куда-либо), так и наличием свободных средств у родителей или других родственников.

Родители могут сочетать выделенные стратегии, что усложняет для их детей возможность прогнозировать и планировать свои доходы и расходы, а также снижает эффективность мер воспитания, призванных сформировать ответственное финансовое поведение.

Чуть более половины детей и подростков в России получают денежные средства от родителей в виде карманных расходов, из них только треть получают деньги регулярно. В том случае, если ребенок не имеет возможности получить доход из других источников, например, благодаря подработкам или стипендии, – а это около четверти российских детей, то приобретение практических навыков обращения с денежными средствами будет осуществляться после достижения трудоспособного возраста, что может стать причиной формирования высококорискового поведения и снижения благосостояния таких потребителей.

Для тех детей, которые получают деньги от родителей или из других источников, фактором риска при формировании стратегий финансового поведения может являться отсутствие продуманной со стороны родителей системы правил предоставления карманных денег и регулярного контроля за тратами ребенка, а также практики приобщения детей и подростков к ведению бюджета и приобретению знаний о финансовых продуктах и услугах¹.

¹ Подробнее о практиках финансового воспитания детей и подростков в семье смотрите следующий подраздел «Формирование финансового поведения и основ финансовой грамотности»

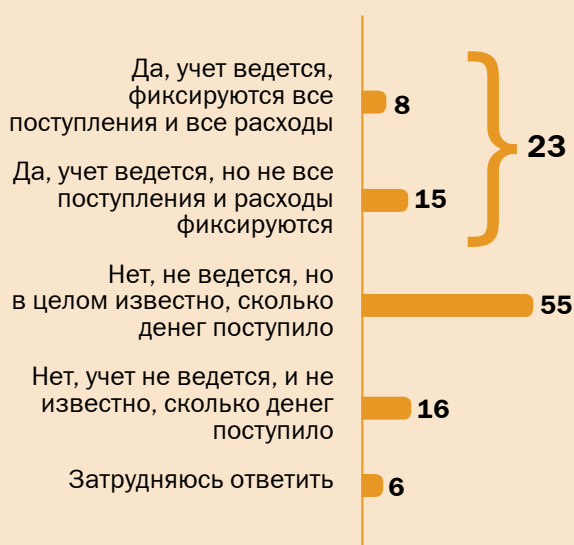
ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ И ОСНОВ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

В настоящее время в России отсутствует единая для всех регионов страны масштабная государственная программа финансового образования для детей и несовершеннолетних подростков, которая охватывала бы всех представителей данной аудитории. Нет федеральных программ, предлагаемых коммерческими организациями, международными, локальными институтами развития или общественными организациями. Поэтому ключевая функция формирования основ финансовой грамотности в настоящее время реализуется только в рамках воспитания в семье.

Одним из базовых навыков, способствующих защите от финансовых рисков и непредвиденных ситуаций, приобретаемых ребенком в семье, становится умение вести и планировать семейный или персональный бюджет. Однако только 8% опрошенных в ходе всероссийского исследования родителей тщательно ведут семейный бюджет, а именно записывают все расходы и доходы семьи. Еще 15% фиксируют основные траты и поступления. То есть 77% россиян, имеющих детей, не ведут семейный бюджет.

Вы сами или кто-то в Вашей семье ведет письменный учет доходов и расходов семьи? Какой из способов ближе всего описывает практику, принятую у Вас (в Вашей семье)?

% опрошенных родителей детей от 4-х лет



Чаще всего учет доходов и расходов осуществляется в семьях с высокими (40% среди тех, кто может позволить себе купить квартиру или машину) или очень низкими доходами (38% среди тех, кто отметил, что для них затруднительна покупка одежды), в то время как представители среднего или, так называемого, предсреднего класса ведут бюджет реже (от 18% до 27%).

Дети и подростки, как правило, чаще отвечали, что в семье ведется учет всех поступлений и расходов (20%). Почти пятая часть опрошенных (17%) затруднилась ответить, ведется ли в их семье бюджет вообще, а почти половина (49%) сказали, что бюджет не ведется.

Вы сами или кто-то в Вашей семье ведет учет доходов и расходов семьи? Какой из способов ближе всего описывает практику, принятую у Вас (в Вашей семье)?

% опрошенных детей и подростков



Полученные данные подтверждают результаты качественного исследования среди представителей целевой аудитории: как правило, дети, принимавшие участие в исследовании, не могли точно сказать, что именно представляет из себя семейный бюджет.

СОФИЯ, 16 лет

«Если что-то глобальное купить нужно в следующем месяце, то они говорят: «Давай много не будем тратить на еду. Будем немножко копить». Потом, через месяц можно расслабиться, когда купили огромную глобальную вещь, то как обычно начинаем тратить на все подряд».

ИЛЬЯ, 14 лет

«Наверное, ведут как-то. Я особо не вникаю в такие вещи».

Сами дети и подростки отмечают, что свой персональный бюджет ведут только в том случае, если им необходимо накопить на покупку чего-либо.

СВЕТЛАНА, 17 лет

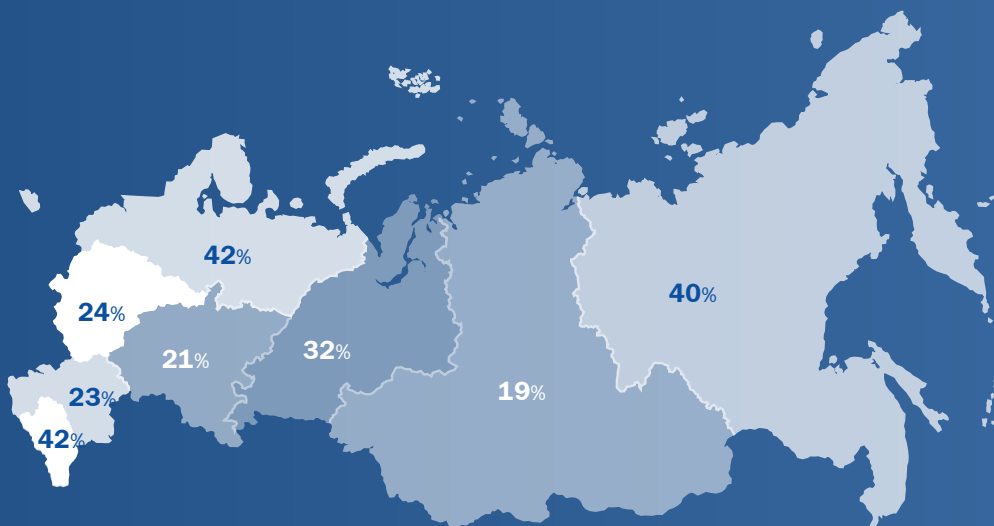
«Нет, они <родители – прим.> говорят: «Хочешь, купим компьютер? Давай выберем в следующем месяце, а сейчас поменьше будем тратить». Ты считаешь, сколько тебе еще до покупки копить? Старайся поменьше тратить».

Только 16% родителей активно привлекают детей к планированию семейного бюджета – спрашивают их мнение, советуются. Еще 11% держат детей в курсе трат и доходов, но ребенок не может оказывать влияние на решения относительно трат и сбережений.

Чаще всего информацию о состоянии и планах по формированию семейного бюджета доносят до детей в Северо-Кавказском, Северо-Западном и Дальневосточном федеральных округах. Прочие округа, в том числе Центральный, значительно отстают по этому показателю. Исключением является Москва, где 32% родителей привлекают ребенка к процессу планирования бюджета, при этом 26% спрашивают их мнение и советуются с ними.

Привлекаете ли Вы своих детей к учету доходов и расходов/ планированию семейного бюджета?

% опрошенных родителей детей от 4-х лет, в целом по России, в разрезе по федеральным округам



Доля родителей, привлекающих детей к планированию бюджета

Среди детей доля тех, кто отмечает, что родители привлекают их к формированию семейного бюджета, составляет более 60%. Результаты качественного исследования показывают, что дети и подростки часто понимают под этим рекомендации по сокращению расходов их собственных денежных средств, выделенных, например, на проезд на общественном транспорте или питание, а также совместное планирование расходов на образование или другие нужды ребенка.



ДАРЬЯ, 15 лет

«Чаще спрашивают, что нам нужно будет в этом месяце, через месяц. Откладывают какую-то сумму, чтобы потом на это потратить. Все остальное идет в основной бюджет семьи».



Только треть опрошенных родителей (33%) регулярно обсуждает с детьми вопросы, связанные с деньгами, экономикой и финансами, время от времени это делает 29% участников исследования. Среди подростков, принявших участие в исследовании, данный показатель значительно выше – пятая часть (19%) отметила, что родители обсуждают данные вопросы с ними регулярно, а до 60% указали, что время от времени взрослые поднимают тему экономики и финансов в разговорах с ними.



СВЕТЛАНА, 17 лет

«Знаете, как у меня? Сейчас репетиторы по пять штук в неделю – это очень дорого. Мы, бывает, садимся и подсчитываем, сколько уже потратили на них и сколько еще придется отдать за оставшиеся 4 месяца».



Однако, как и в случае с планированием бюджета, дети часто понимают под обсуждением экономических и финансовых вопросов общие рекомендации, затрагивающие тему денег, выбора товаров или услуг. Например, дети как младшей, так и старшей возрастной группы относили к таким обсуждениям рекомендации родителей по сокращению личных расходов ребенка, покупке товаров высокого качества или касающихся необходимости приобретения того или иного товара.



КИРИЛЛ, 7 лет

«Например, когда ты берешь с собой деньги и покупаешь вещь. Она стоила дорого, но быстро порвалась. Значит, ты потратил деньги зря. Надо выбирать хорошие вещи, которые тебе нужны. Мне так объясняют про деньги».



НАТАЛЬЯ, 16 лет

«Попрекают меня тем, что я слишком много трачу родительских денег. У меня лично так, ну и все».

АРИНА, 7 лет

«Папа только читал нам лекцию, что копить на планшет и так далее не нужно. Потому что есть вещи более важные. А вот эти планшеты и так далее к ним не относятся. Но мы потом папе тоже прочитали лекцию о том, что он не прав, потому что на телефон тебе позвонить можно, если ты заблудился или потерялся».

Процесс формирования финансовой грамотности среди детей и несовершеннолетних подростков затрудняется из-за ряда особенностей приобщения детей к пользованию денежными средствами в семье. Финансовое воспитание в семье не имеет систематического характера и меняется в зависимости от возраста ребенка, что осложняет формирование устойчивых навыков, связанных с накоплением или тратами денежных средств.

Дети младшего возраста (до 12 лет)

Как правило, в возрасте 5-6 лет дети начинают получать денежные средства от родителей и других родственников, чаще всего в виде подарков на различные праздники или в качестве поощрения за хорошую успеваемость и помощь по дому. Некоторые родители могут вводить систему штрафов за плохие отметки, однако она предусматривает только возможность забрать денежные средства у ребенка, если они у него есть (то есть при отсутствии у ребенка денег, у него не формируется долг перед родителями).

РОМАН, 10 лет

«А мне за каждую четверку дают 500 рублей. За каждую тройку – минус 100, а за двойку уже минус 500. Если у меня денег нет, то я ничего не отдаю, просто так остается».

Часто дети лишены возможности распоряжаться полученными в подарок денежными средствами, так как родители рекомендуют им «отложить» их и начать сберегать, указывая цель сбережений или выбирая ее совместно с ребенком (велосипед, планшет). При этом деньги могут даже не храниться у ребенка. Одной из причин такого отношения к накоплениям детей младшего школьного возраста может быть более высокий уровень собственной финансовой грамотности более молодых родителей, чей период взросления и финансового становления пришелся на период активного развития банковского рынка. С другой стороны, подобное поведение может быть признаком намерения уберечь ребенка от опасности, связанной с наличием при нем значительной суммы денег (воровство, неконтролируемые траты на сладости или игрушки), а не привлечение к сберегательной активности.



АЛЕКСЕЙ, 8 лет

«Когда ты получил хорошую оценку, тебе в копилку ложится определенное количество денег. И ты можешь за хорошие оценки накопить на какой-нибудь предмет. Я на планшет уже накопил. Сам я не кладу, мама кладет. Она говорит, что у меня в копилке столько-то денег».



СОФИЯ, 8 лет

«У меня есть копилка из-под кофе. Я беру листик и пишу: я хочу планшет и собираю на него деньги. Наклеиваю на копилку. Если я хочу взять деньги, смотрю, что там написано. Я же на планшет коплю».

В пользу второй причины (намерения уберечь детей от опасности, не давая им в руки большого количества денег) свидетельствует низкий уровень понимания у некоторых детей, обладающих сбережениями, ценности денежных средств. В ходе качественного исследования детям были вручены муляжи купюр разных валют и достоинств. Как правило, многие

дети младшего возраста не соотносили номинал купюры с ее возможностями. Также, несмотря на декларируемую ранее готовность сберегать любую сумму денежных средств, первым стремлением почти всех детей младшего возраста, принявших участие в исследовании, было потратить предложенные им деньги.



«У меня 10 тысяч. Я бы их потратил только в нужный момент. Когда надо что-то, я могу их потратить, например, кому-то в долг дать, маме на кефир». (Роман, 10 лет)



«У меня 5 тысяч. Я бы сейчас купил бы себе вкусное или хорошее. Да, на все бы пошел и купил мороженое большое или конфету, а может быть хороший очень планшет, iPad бы купил». (Алексей, 8 лет)



«У меня 100 рублей, я бы сейчас на них пошла и купила шоколад или мороженое». (Настя, 9 лет)



«Я хотела бы купить продуктов и много мороженого, а то, что останется, я бы откладывала». (София, 8 лет)



«Это евро, которых надо накопить тысячу, чтобы полететь в другую страну, купить билет. Я еще их можно разменять и купить дом». (Арина, 7 лет)



«Это хорватские деньги, это много денег, мы там были. Я бы купила себе на всю сумму мороженое». (Арина, 7 лет)



Подростки младшего возраста (от 12 до 15 лет)

Финансовое воспитание подростков младшего возраста обычно характеризуется значительно меньшим контролем за денежными средствами ребенка со стороны родителей – фиксируются поступления денег к ребенку, но расходы практически не отслеживаются.

С одной стороны, такая ситуация может объясняться более низким уровнем финансовой грамотности таких родителей подростков по сравнению с родителями детей до 12 лет. С другой, постепенным снижением мотивации родителей к финансовому воспитанию ребенка по мере его взросления. Как правило, осуществление контроля и привлечение ребенка к формированию низкорисковых стратегий финансового поведения усложняются тем, что некоторые дети начинают скрывать от родителей денежные средства и сумму накоплений (в том числе те доходы, которые поступают к ним от подработок). Возможной причиной такого сопротивления может служить описанный ранее формат финансового воспитания в раннем возрасте, когда формально ребенок обладает какими-либо денежными средствами, но фактически не имеет возможности ими распоряжаться.

Еще одной особенностью финансового воспитания детей среднего школьного возраста является отсутствие необходимых в данный период взросления источников формирования навыков заемно-сберегательного поведения. Как было отмечено ранее, в основном в этом возрасте многие дети получают собственные средства от родителей в свободной форме, почти без каких-либо дополнительных условий (например, за какую-либо активность или в долг), в то время как принципы осуществления сбережений доносят до них в общем или искаженном виде («следует быть экономным», «необходимо сберегать деньги», «сберегать следует большие суммы, а не малые»).

**НИКА, 13 лет**

«Если что-то хочешь накопить, то нужно большую сумму оставлять, а не маленькую. Надо как-то рассчитывать. Копи серьезно!»

**АЛЕКСЕЙ, 13 лет**

«У меня есть специальная коробочка. Я даже своим родителям не рассказывал. У меня день рождения, я вот очень хотел телефон в позапрошлом году, хотел просто обычный смартфон. Я копил на него, у меня 6 тысяч в копилке, и потом мама вечером приходит и говорит: «У меня тебе подарок, вот тебе iPhone». А зря копил».

**ИЛЬЯ, 14 лет**

«Мне не рассказывают, я сам по себе».

Дети средней возрастной группы (от 12 до 14 лет), как правило, лучше ориентируются при оценке покупательской способности денег (ошибки возникают только при оценке иностранной валюты) и демонстрируют склонность к осуществлению сбережений. Однако чаще всего дети считают, что сберегать стоит, только если у человека есть круп-

ная сумма денег. Относительно небольшие суммы (до 1000 рублей) участники исследования предпочли отвести на покупки. Учитывая, что величина накоплений у опрошенных подростков не превышает 15 тысяч рублей, подобная практика может стать барьером к формированию эффективной сберегательной стратегии.



«У меня 5 долларов. Их в копилку, когда-нибудь курс доллара повысится, а у меня вот сколько долларов. Или евро, можно разменять». (Алексей, 13 лет)



«Я, наверное, у мамы попрошу денежку еще и поеду отдыхать, путешествовать. Это на еду, на одежду, на развлечения, а у мамы я попрошу денежку за перелет». (Ника, 13 лет)



«5 тысяч. Сейчас на книжку <справочник – прим.>. С папой начали новую тему проходить по компьютерам. Все, что поможет мне понять тему». (Илья, 14 лет)



«100 долларов, я перевела в рубли, отложила бы в копилку. Нет такого, чтобы я тратила. Если мне что-то нужно, мне родители купят». (Аня, 13 лет)



«У меня вот сколько. Если я обменяю 10 евро, я думаю, на половину куплю то, что мне нужно. Вот, мне нужен был планшет для учебы. Найду самый такой нормальный планшет. Куплю его, а половину оставлю в копилку». (Алексей, 13 лет)



«100 долларов и 5 тысяч, все потратил бы на подарки».
(Илья, 14 лет)



«5 тысяч я бы на одежду потратила. А 5 тысяч я на карточку отложила бы».
(Алина, 12 лет)



Подростки старшего возраста (от 15 до 17 лет)

Подростки старшего возраста чаще получают деньги из различных источников, например, от родителей, по запросу. В то время как контроль за тратами находится на крайне низком уровне. В некоторых случаях родители могут дать негативную оценку платежному поведению подростка («много тратишь»), но попытки проанализировать его совместно с ребенком и найти способы сокращения расходов не предпринимаются.

Так же, как и подросткам младшего возраста (от 12 до 14 лет), представителям старшей возрастной группы редко объясняют принципы осуществления сбережений и получения займов и создают им условия для формирования соответствующих навыков. «Займы», которые дети получают от родителей, как правило, не обязательно отдавать. Многие подростки не могут даже примерно назвать сумму своих накоплений.

Базовую информацию о финансовых продуктах или услугах, а также о финансово-экономических отношениях в обществе подростки получают из открытых источников (Интернет, СМИ) или друг от друга. Однако при отсутствии ярко выраженной мотивации к познанию в данном направлении дети усваивают ее лишь частично, что формирует фрагментированную картину финансовой реальности общества.

Представители старшей возрастной группы среди несовершеннолетних подростков (15-17 лет), проявили в ходе исследования минимальный уровень готовности сберегать полученные денежные средства. В отличие от средней возрастной группы, основным стремлением среди старших подростков было приобретение различных товаров и услуг, как крупных и запланированных (объектив для фотокамеры, щенки собаки дорогостоящей породы), так и спонтанных (подарки, развлечения). Основным мотивом к тратам в данном случае служило отсутствие необходимости сберегать, так как все прочие нужды можно удовлетворить, попросив денежные средства у родителей.

**ЛЕОНИД, 15 лет**

«Определенная сумма копится, я знаю, что сейчас у меня лежит 500 рублей. А вообще, у меня деньги разбросаны, я их просто не считаю. На самом деле где-то 3 тысячи рублей, то есть на особый день, мало ли что произойдет».

**СОФИЯ, 16 лет**

«Копить трудно, нужно быть сдержанным очень. Это очень тяжело, мне кажется, для нас это вдвойне тяжело, для детей. Невозможно посчитать деньги за месяц вперед, потому что сейчас цены растут и полюбому ты потратишь больше, чем отложишь».

**МАКСИМ, 16 лет**

«Я просто гуляю или трачу когда в кино хожу, либо я катаюсь на мототехнике, там бензин. Но копить я ни на что не коплю, зачем?»



«Как потратил бы? Да, как пойдет. Если у меня какая-то цель была на что-то откладывать, то я отложил бы. Если потратить, то потратил бы, но конечно потратил какую-то сумму сходить куда-то». (Максим, 16 лет)



«Я бы наверно что-нибудь своей младшей сестре купила, у нее сейчас как раз конец триместра, очень кстати было бы». (Дарья, 15 лет)



«У меня 60 евро, это очень много, тысяч 10, если не больше, но я бы поменяла в первую очередь и поскольку скоро 23 февраля, потом 8 марта, я бы купила подарок маме, папе. Как можно больше, на сколько денег хватит, столько бы и купила». (Светлана, 17 лет)



«Я бы купила ежика за 5 тысяч домашнего, он стоит 5 тысяч». (Светлана, 17 лет)



«40 тысяч. Это мало. Я бы хотела какого-то животного редкого. У меня есть собака, может быть еще одного щеночка. Лабрадор стоит 35-38 тысяч, под 40. Ой, мне хватает!» (София, 16 лет)



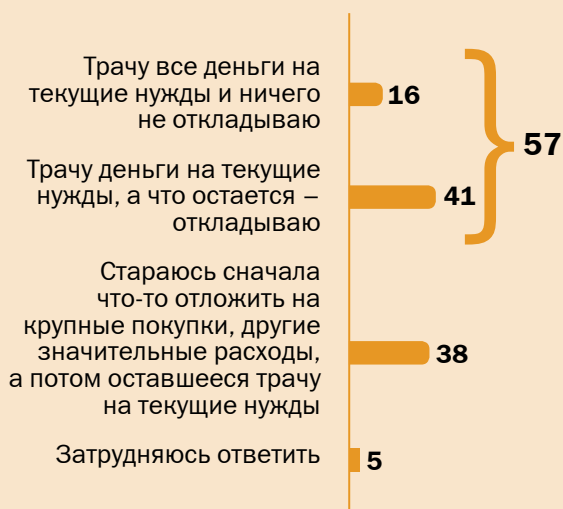
«У меня 15 тысяч рублей. Побежала бы и купила себе объектив, поехала бы домой». (Наталья, 17 лет)



Согласно данным, полученным в ходе количественного опроса подростков, более половины из них тратят все или почти все деньги на текущие нужды (57%). 38% декларируют, что сначала стараются что-то отложить, а затем тратить. Для несовершеннолетних детей и подростков текущие расходы, как правило, ограничиваются незначительным списком трат (транспорт, питание в образовательном учреждении, развлечения и т.д.), что упрощает процесс осуществления накоплений. При появлении необходимости у подростка по мере взросления оплачивать и другие собственные нужды, данный показатель может значительно сократиться (в настоящее время этот показатель среди трудоспособного населения страны составляет 15%¹).

Какое высказывание лучше всего описывает то, как Вы обычно распоряжаетесь своими деньгами?

% опрошенных детей и подростков



¹ По данным результатов всероссийских исследований НАФИ (Национального Агентства Финансовых Исследований) в 2014г.

Значительная часть детей в России фактически лишена возможности получить какие-либо знания и навыки, касающиеся обращения с личными финансами, в семье. Почти три четверти родителей не привлекают детей к формированию бюджета и только треть регулярно обсуждают с ними темы, связанные с экономикой и финансами. При этом обсуждение часто носит общий характер, затрагивающий основные финансовые стратегии ребенка – например, необходимость сокращения трат, – но, как правило, не включает объяснения о назначении финансовых продуктов или того, как следует принимать финансовые решения.

Результатом реализации таких стратегий финансового образования является формирование высокорискового платежного поведения, что особенно актуально для старших подростков (от 15 до 17 лет). Такое поведение характеризуется готовностью сберегать денежные средства с целью крупного приобретения (то есть в ограниченный период времени), умением сберегать и накапливать только крупные суммы денежных средств, отсутствием готовности возвращать средства, взятые займы у близких, и высокой покупательской активностью.

ОТНОШЕНИЕ И ВОСПРИЯТИЕ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Уровень осведомленности о различных продуктах и услугах среди детей и подростков различных возрастов находится на среднем уровне, однако назначение и особенности финансовых инструментов далеко не всегда понятны им. Другими словами, как уже было отмечено ранее, знания о финансовых продуктах и услугах носят отрывочный характер.

• Деньги

Дети и подростки хорошо понимают функцию денег и то, откуда денежные средства берутся в их семьях. Тем не менее общие законы движения денежных средств в финансово-экономической системе государства плохо знакомы не только представителям младшей возрастной категории, но и подросткам, закончившим или заканчивающим среднее общеобразовательное учреждение.



АНЯ, 13 лет

«Это предмет обмена, чтобы купить определенный товар. Выпускают их в монетном дворе».



АРИНА, 7 лет

«Деньги делаются из нефти, добываются из земли. Нефть перерабатывается в деньги при помощи машин в банках».



КИРИЛЛ, 7 лет

«Например, ты купил сахар, а тебе нужна вода. И ты, если сохранил чек, можешь прийти в магазин и обменять на другое».

АЛЕКСЕЙ, 13 лет

«Их печатают, потом отвозят президенту. Дальше президент решает, на что потратить. Отделяет долю государству и долю фирме, чтобы босс раздал другим рабочим и себе оставил».

РОМАН, 10 лет

«Деньги – это металлические кругляшки, плоские и бумажки, на которых написана цена. Например, сахар стоит 100 рублей, а золотая машина – миллион. Потому что она лучше, чем сахар. Чем лучше, тем дороже. Разное предназначение для этого. Чем нужнее эта вещь человеку, тем она дороже».

АЛЕКСЕЙ, 8 лет

«Можно расплатиться деньгами, можно расплатиться находками – алмазами, золотом. Еще можно расплатиться всяким тем, что имеет цену. То, что иногда стоит прятать – золотые вещи. Можно расплатиться драгоценными вещами, всякими там находками, которые можно найти в шахте под землей, но это не деньги. Деньги можно напечатать. В старину расплачивались шукурами. За грибочек купить ведро воды можно было. Этот человек отдает то, чего у него много, за то, что ему нужно».

Для детей младшего школьного возраста характерно положительное или нейтральное отношение к деньгам и людям, которые ими обладают. Подростки старшего и младшего возраста, как правило, демонстрируют противоречивое отношение к данному средству платежей – деньги воспринимаются как потенциальный источник конфликта и ассоциируются с негативными качествами. Подобное восприятие благополучия может сказываться на финансовом поведении потребителей.

СОФИЯ, 16 лет

«Если много денег, то человек позволяет себе больше, и поведение человека портится, мне кажется».

ИЛЬЯ, 14 лет

«Это бумажки, из-за которых люди могут друг другу глотку перегрызть».

АЛЕКСЕЙ, 13 лет

«Зарабатывать деньги можно по-разному. Можно хорошую вещь продавать, можно привезти пластмассу из Китая и сделать из нее машины. Или планшет. Нам про это на общественности рассказывали. А можно купить воды, красители, размешать и рекламировать, что это самый лучший сок. Обманом получить больше денег. Так тоже зарабатывают некоторые».

• Деньги на кредиты

Кредитование как финансовая услуга хорошо знакомо участникам исследования, однако дети и подростки всех возрастов не различают виды кредитования и имеют смутное представление о том, как выдаются данные продукты, не различают различных поставщиков услуг (банк, МФО).



АЛИНА, 12 лет

«Когда люди берут в банке сумму денег и через год возвращают с процентами. Но я в процентах не разбираюсь почти».



АЛЕКСЕЙ, 13 лет

«Я знаю еще такие банки. Не помню названия. У них есть сайт, на который можно зайти и зарегистрировать свой номер телефона. И если ты хочешь взять кредит, то с твоего телефона каждый день будут списываться деньги».



ЛЕОНИД, 15 лет

«Ипотека, это почти то же самое, что кредит, но немножко другая форма выплаты, когда человек выплачивает деньги не за имущество, а за недвижимость. Большие проценты. Например, в кредите 8%, а в ипотеке может доходить до 20%. В то время как кредит ограничен – на 3 года, ипотека на 20-30 лет. Самое главное, что можно передать по наследству ипотеку, если человек неожиданно умер, не дай Бог, конечно, то он может передать ипотеку своему сыну, чтобы он оплачивал».

У несовершеннолетних подростков в возрасте от 12 до 17 лет, как правило, уже есть сформированное отношение к кредитованию, чаще негативное. При

этом, значительная часть информации, которой они располагают, носит, как и все знания о финансовых продуктах и услугах, отрывочный и ложных характер.

О ПРОСРОЧКЕ

«Я знаю, что не заплатил кредит, у тебя дом где-то за городом. И когда настало время, ты не можешь платить. Когда ты уедешь, заберут автомобиль и дом. Все заберут», (Алексей, 13 лет)

«Забирают имущество и квартиры, может быть, вещи из квартиры». (Максим, 16 лет)

«Можно еще кредит брать, это в долг. Только потом долг увеличивается, если ты его долго платишь. Например, долг у тебя был 100 тысяч, и 150 может быть, если ты его не отдаешь». (Настя, 9 лет)

О ПЕРЕДАЧЕ КРЕДИТА

«А бывает такое, что ты берешь кредит, а уже ты старый и в конце концов умираешь. У тебя есть дети и этот долг переходит к детям. А еще, если не платить, у людей забирают все деньги, затем забирают автомобиль, все вещи, которые в квартире, и саму квартиру. Дачу тоже отбирают». (Арсений, 12 лет)

О ИПОТЕКЕ

«Ипотека – хуже кредита. Потому что обычно все может изменяться, то ипотеки очень редко. Чтобы взять нормальную ипотеку, там вообще-то огромное проценты под огромное время. То есть, ипотеку обычно дают на недвижимость какую-то: квартиру, дачный участок, яхту, если не ошибаюсь». (Леонид, 15 лет)

«Нет, у ипотеки изначально особые правила, вдруг у кредита что-то поменяется, еще что-то, а у ипотеки как было, так все и остается, на своих полочках». (София, 16 лет)

О ЗАЛОГЕ

«Но ведь когда берут кредит, накладывают бремя на какой-либо предмет, например, на квартиру. И пока квартира находится в кредите, она как бы под бременем», (София, 16 лет)

О КРЕДИТНОЙ ИСТОРИИ

«Чтобы получить кредитную историю, сначала человек должен обязательно работать, потом совершеннолетия нужно достигнуть. Да, потом с заработной платой должен обязательно прийти в банк, показать все документы, абсолютно все: что ты, свое прошлое, что у тебя нет ничего плохого, ты нигде не сидел, не воровал и неплохой человек и вот так все. Они смотрят, достоин ты ихнего кредита или нет. И выдают тебе». (Светлана, 17 лет)

О ДОЛГАХ

« – Если берешь в долг, это как-то некрасиво будет, если не отдашь, просто моральные качества не позволят тебе. Тем более, это твои родители. Это некрасиво, неправильно.

– Родители поймут на самом деле». (Дарья, 15 лет и Максим, 16 лет)

• Деньги на вклады

Осведомленность о сберегательных продуктах среди детей и подростков значительно ниже. Дети в возрасте до 12 лет затрудняются объяснить, что это такое, равно как и некоторые подростки младшего возраста (от 12 до 14 лет). Только в старшей возрастной группе участники иссле-

дования смогли объяснить, что такое «вклад» или «сберегательная книжка», однако затруднились с определением термина «депозит». Подобная низкая осведомленность о сути продуктов, а также отсутствие понимания возможной выгоды от их использования, формирует нейтральное отношение к ним.



МАКСИМ, 16 лет

«Сейчас сформулирую. Когда ты кладешь какую-то сумму денег и на нее ты можешь что-то взять. Короче, приходишь ты в клуб, берешь себе столик – депозит 50 тысяч – и на 50 тысяч ты можешь, что хочешь выбирать».

СВЕТЛАНА, 17 лет

«Может это, как кредит, – ты вносишь 50 тысяч, у тебя есть эта карточка и ты можешь эти 50 тысяч потратить, но если ты потратишь, ты должен возместить».



СОФИЯ, 16 лет

«Сберегательный счет 300 тысяч, когда человек кладет деньги под проценты, чтобы там со временем деньги начислялись. Если банк разоряется, то деньги... Не знаю, как объяснить, если банк разорился,

то они обязаны каждому человеку выдавать 300 тысяч, по-моему, сейчас это установлено где-то наверху».



НАСТЯ, 9 лет

«Это почти как кредит. Вкладываешь деньги во что-то, например, в дом, и постепенно платишь за него».



АЛЕКСЕЙ, 8 лет

«Где-то я видел, стоял такой ящик, там лежали деньги. Это был вклад на потерявшегося мальчика. Можно вкладывать на тех детей, у которых ничего нет. Вкладывать – отдавать деньги».

• **Карты**

О функциях и возможностях платежных карт – возможности совершать безналичные платежи в торгово-сервисных предприятиях, расплачиваться картой через Интернет – дети и подростки осведомлены достаточно хорошо. Дети в возрасте до 12 лет иногда путают такие карты с подарочными или дисконтными картами магазинов. Подростки, старше 15 лет и некоторые в возрасте 12-14 лет в целом хорошо представляют себе, что такое кредитная, дебетовая, социальная и даже зарплатная банковская карта. В то же время многие участники исследования в возрасте 15-17 лет

не могли указать разницу между кредитной картой и кредитом наличными, перечисляемым на карту, что в будущем может стать фактором риска при оформлении банковских продуктов и услуг. Различия между категориями карт и роль платежных систем и банков в процессе осуществления платежей детям и подросткам практически неизвестны.

Как и в случае с кредитными продуктами, у некоторых подростков есть сформированное отрицательное отношение к карточным продуктам, обусловленное часто негативным опытом родителей и других членов семьи.

О КАРТАХ

«Нет, все карты разные. Есть Сбербанка, есть Visa, у них разные коды, разные номера». (Роман, 10 лет)

«Кредитная карта – это когда ты берешь в банке кредит с процентами и должен возвращать еще больше. И эти деньги можно наличными взять, а можно на карточке, можно положить туда свои деньги. Банк может выплачивать, может еще давать». (Алина, 12 лет)

«Еще есть карточки, они могут по-разному выглядеть. У магазина «Детский мир» есть одна карточка, а у Ikea другая карта. Есть карты, на которых там цифры написаны. На некоторых карточках может какая-то надпись быть». (Алексей, 8 лет)

О БЕЗОПАСНОСТИ

«Я просто не доверяю карточкам. Потому что был у мамы случай, списалось 3 тысячи рублей. Но она ничего не тратила. Украли». (Арсений, 12 лет)

«Не сообщать 4 циферки такие на карте. Там же еще есть какое-то кодовое слово. Там кодовое слово и кодовый код». (Наталья, 16 лет)

ОБ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМАХ

«Они предоставляют услуги типа электронных считывающих устройств магазинам и карточкам». (Дарья, 15 лет)

«Gold карта и платиновая карта зависит от банка, а что зависит от Visa и MasterCard, – это не уверен. Короче, это как Pepsi и Coca-Cola, они все время друг с другом спорят. Выпускают более лучшее». (Леонид, 15 лет)

«Да ничего не зависит, это просто разные компании одинаковые в принципе как сок «Добрый» и сок «Любимый». Они одинаковые, но разные. И что тебе больше нравится, ты выбираешь. Может в каком-то MasterCard больше услуг или они дешевле». (Светлана, 17 лет)



• Банки

Функции банков, по мнению детей и подростков, сводятся к выдаче займов и хранении денежных средств. Аналогично ситуации с кредитными и карточными продуктами – отношение к банкам напрямую зависит от опыта родителей. Подростки старше 12 лет усваивают мнение взрослых относительно кредитно-финансовых организаций и могут демонстрировать предубеждение против взаимодействия с ними. Как правило, о банках дети и подростки узнают из рекламы или от родных, которые ходят в эти банки и берут с собой детей.

НАСТЯ, 9 лет

«Там можно хранить свои деньги, там можно в долг деньги брать, там удобно хранить, потому что тебе все время капают проценты. Например, ты положил туда 50 тысяч, тебе все время тысячу в месяц, если ты их будешь там хранить. И так у тебя больше денег будет. Если там хорошие проценты. А так можешь забрать и тебе уже не будет капать ничего. Где-то проценты больше, это значит лучше. Там где больше процент, будет больше денег идти в счет. А есть непроверенные, они плохие».

СОФИЯ, 8 лет

«Банк, это там, где взрослые получают деньги».

РОМАН, 10 лет

«Банк – это такое место, где всем дают денег, сколько попросишь».

АЛИНА, 12 лет

«Есть такие банки, которые обманывают людей. Списывают у них деньги с карточки. Они отбирают деньги. Я боюсь, что меня банк обманет. Очень сложно сейчас отличить хорошие банки от плохих. Плохих больше. У мамы было много ситуаций. Не надо связываться с кредитами и с банками».

Старшей возрастной группе (подросткам от 15 до 17 лет) задавались вопросы, связанные с оценкой понимания структуры финансово-экономической системы страны. В основном, дети плохо знакомы с тем, как организована финансовая система, какова роль регулятора рынка и кто им является.

ДАРЬЯ, 15 лет

«Может быть, у нас же что-то типа счетной палаты – так называется и Министр финансов – как мне кажется. Хотя Министр финансов что-то более масштабное делает, чем следит за банками. Наверное, все-таки счетная палата, просто не помню точного названия. Министр финансов заведует экономикой всей страны, не только отдельно банков, то есть ему нужно с другими странами договориться о каких-то экономических проблемах, о финансовых проблемах, а за банками следят его приближенные».

МАКСИМ, 16 лет

«У нас ведь есть Центральный Банк, есть коммерческие и не-коммерческие, они поменьше и стоят много в каждом районе».

ЛЕОНИД, 15 лет

«<В ответ на вопрос о том, знает ли респондент, кто осуществляет надзор за банками> Главный финансист страны».

СВЕТЛАНА, 17 лет

«<В ответ на вопрос о том, знает ли респондент, что такое Центральный Банк> Слышала, наверное это тот банк, который главный, но точно не знаю. Центральный Банк – это главный банк страны, государственный. Остальные банки, мне кажется, что они негосударственные. Сбербанк всякий – это просто частные банки, но они известные».

• **Страхование**

Дети младшего возраста (до 12 лет) и некоторые подростки (от 12 до 14 лет) практически не знают о том, что такое страхование. Функции страховых компаний, с их точки зрения, сводятся к починке имущества, пострадавшего из-за несчастного случая. Представители старшей возрастной группы в большей степени осведомлены о сути услуг, которые предоставляют страховые компании, но не разбираются в различных видах страхования. Почти всю информацию при этом они черпают из таких источников как реклама, журналы, кинофильмы, что формирует образ страховых продуктов как очень гибких (например, дающих возможность застраховать все, что угодно – от домашнего животного до отдельной части тела).



**АРСЕНИЙ (12 лет),
ИЛЬЯ (14 лет)**

« – ОСАГО... Это... Это как-то расшифровывается, наверное... Это Особая Организация Страхования? Я правильно расшифровываю?

– Каско – это страховая компания такая для автомобилей.

– А, ну я понял, а ОСАГО, значит, для домов».

АРИНА, 7 лет

«Например, ты хочешь застраховать свой дом. Ты идешь страхуешь, заплатил, назвал сумму своего дома, заплатил за нее сколько стоить будет починка. Например, у тебя дом разрушен, и к тебе приходит эта фирма, и тебе делает дом».

НАСТЯ, 9 лет

«Ну, ОСАГО, это бесплатная страховка, которая выдается. Ты за нее немного денег платишь, просто ты машину застраховываешь. А Каско, я слышала, что 150 тысяч либо в год, либо в месяц. Каско тебя не ограничивает, ты можешь быть и виноватым. Все равно твоя компания не будет платить, потому что у тебя Каско. В ОСАГО все равны: кто виноват и кто не виноват. Там все равно. А в Каско все равно будешь ты виновен».

ДАРЬЯ, 15 лет

«ОСАГО это, наверно, какой-то комплекс для водителей автомобилей, который позволяет застраховать автомобиль от несчастного случая, аварии, какие-то части автомобиля может быть застраховать. Может быть, это тоже страхование автомобиля от другой компании или что-то типа того».

СОФИЯ, 16 лет

«Я это не различаю, я не знаю, тоже опять с машиной связано. Я знаю, что всегда люди выбирают. Что лучше Каско или ОСАГО, это как ипотека или кредит, Visa или MasterCard. Два разных выбора, по две штуки».

• Инвестиции

Инвестиционные продукты практически незнакомы участникам исследования, подростки из старшей возрастной группы смогли охарактеризовать данное понятие только через ассоциации с вложениями в бизнес. Просьба определить значение некоторых инвестиционных продуктов и услуг (торговля на Forex, НПФ) вызвали затруднения.

О FOREX

«Это вклад денег в определенную компанию, если она успешная, то выплаты будут. А если она не смогла добиться/выбиться, то деньги в никуда». (Илья, 14 лет)

«Я знаю, что-то слышал. Зарабатывают денег на нем. Когда захожу на сайт, а там все время реклама "зарабатывать деньги на Форексе"». (Алексей, 13 лет)

«Да. Это люди, которые занимаются Форексом, они отслеживают курсы валют, например, как он идет. И они ставят, если он сейчас, если он вырастет. И вот, он вырастает. И они как бы получают за это деньги. Если он падает, то наоборот, они не получают». (Светлана, 17 лет)

ОБ НПФ

«<В ответ на вопрос о том, знает ли респондент, что такое НПФ> Налогоплательщикский фонд, не знаю». (Светлана, 17 лет)

«Да. То же самое, что государственный, только негосударственный. То есть я, конечно, не объяснил. Государственный – особое правило – человек работал на работе и получает пенсию за то, что он работал. То есть все получают по такому правилу, а в негосударственном там другие правила могут быть. Человек работал, не знаю, как работает негосударственный, я только государственный знаю. В негосударственном другие правила должны быть». (Леонид, 15 лет)

Знания детей и подростков о финансовых продуктах и услугах находятся на невысоком уровне. Представители молодежной и детской аудитории практически ничего не знают о сберегательных, страховых и инвестиционных инструментах. Чуть выше уровень осведомленности о карточных и кредитных продуктах, однако, как правило, знания детей можно охарактеризовать как неполные. Часто представления детей о различиях и функциях таких продуктов являются ошибочными. Представители целевой аудитории, в том числе старшие подростки (15-17 лет) достаточно плохо понимают, как устроена финансовая система страны, несмотря на наличие в школьной программе предметов, с помощью которых дети могут приобрести эти знания.

При таком низком уровне понимания и осведомленности дети усваивают некоторые убеждения и установки по отношению к определенным финансовым продуктам (негативное отношение к кредитованию, картам и т.д.), что в будущем может стать барьером к повышению доступности финансовых услуг для них, ввиду отсутствия мотивации разбираться в условиях предоставления.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

При невысоком уровне финансовой грамотности дети и подростки (особенно старшего возраста) активно пользуются различными продуктами и услугами, в первую очередь, позволяющими осуществлять платежи и переводы.



Более 80% опрошенных подростков за последние три месяца пользовались различными платежными инструментами. Наиболее популярны среди детей от 14 до 17 лет платежные терминалы – ими пользовались 28% участников исследования. На втором месте находятся банкоматы (26%), что может объясняться активностью детей в использовании платежных карт: 25% опрошенных имеют опыт пользования школьной, а 24% – обычной банковской картой (например, социальной или привязанной к счету родителей). Замыкает пятерку лидеров среди используемых инструментов электронный кошелек (19%).

При этом подростки, основным источником дохода которых являются карманные деньги, выдаваемые родителями, несколько чаще прочих сверстников, имеющих собственные денежные средства, пользуются терминалами. Среди обладателей денег, полученных из других источников, в том числе благодаря подработке, выше доля пользователей банковских и предоплаченных карт, банкоматов, электронных кошельков и мобильных платежных приложений. Среди таких подростков значительно меньше доля не-пользователей финансовых услуг (5% против 18% в целом по выборке).



Дети старше 14 лет активно совершают платежи и, в первую очередь, оплачивают товары в магазинах и мобильную связь (47%). Около четверти детей регулярно оплачивают услуги досуговых организаций (кинотеатры, боулинг, бильярд – 26%) и телекоммуникационных компаний (25%).

НИКА, 13 лет

«У меня свои деньги – 500 рублей. Мама звонит и говорит, что у нас не хватает этого и этого... Я просто трачу деньги, чтобы пойти куда-нибудь с подружками, у нас есть любимая пиццерия рядом со школой, например».

ДАРЬЯ, 15 лет

«Я делаю ставки на тотализаторе через интернет на спортивные команды, можно выиграть так достаточно».

Только 16% несовершеннолетних подростков (младше 17 лет) не имеют опыта совершения платежей. Доля таких опрошенных выше среди девочек (21%), а также среди тех детей, которые проживают в небольших городах (до 35%).

Можно отметить и некоторые гендерные различия в использовании платежными инструментами. Среди опрошенных мальчиков выше доля пользователей платежных терминалов, банкоматов и электронных кошельков, а также в целом пользователей финансовых услуг. Девочки-подростки несколько чаще пользуются платежными картами и оплачивают свои покупки через сайты, имеющие платежную функцию (например, личный кабинет и счет пользователя, с которого можно оплачивать контент, товары или услуги, предлагаемые на портале). В первую очередь, такие различия могут быть связаны со структурой потре-

бления различных товаров и услуг, например, более высоким уровнем вовлеченности мальчиков в пользование продукцией индустрии компьютерных игр.

Чем из перечисленного приходилось пользоваться за последние 3 месяца?

% опрошенных детей и подростков



Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов



АЛИНА, 13 лет

«Да, если ты заходишь на сайт и можешь купить что-то. У меня социальная карточка москвича, как банковская карточка. Я захожу на мосгоруслуги и могу там положить или потратить деньги, танцы оплатить свои».



АЛЕКСЕЙ, 13 лет

«QIWI Кошелек, это когда ты подходишь к терминалу и хочешь оплатить, там, телефон через киви-кошелек. Можно оплатить услуги, игры, программы».

Почти половина опрошенных подростков имеют опыт осуществления покупок через Интернет (47%), при этом среди платежных инструментов лидируют дистанционные. Наличными курьеру при доставке или в отделении Почты или банка покупки оплачивали покупки около 40% подростков.

Наиболее популярным способом оплаты покупок оказался электронный кошелек – им для совершения платежа пользовались 31% подростков. Банковская карта занимает третье место среди способов совершения платежа – ей воспользовались 26% опрошенных детей.



Девочки реже совершают покупки через Интернет, но чаще отдают предпочтение безналичным способам оплаты, например, банковским картам (28%), которые занимают первое место среди используемых инструментов в данной аудитории.



Несмотря на невысокий уровень финансовой грамотности, несовершеннолетние дети и подростки активно осуществляют денежные операции, в том числе, через Интернет. Техническая грамотность представителей подрастающего поколения позволяет им активно использовать безналичные способы оплаты. Однако отсутствие навыков ведения персональной бухгалтерии и необходимых знаний о том, как необходимо распоряжаться денежными средствами, может в результате привести к формированию дефицитных стратегий ведения личного бюджета.



ИСПОЛНИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) – первая в России исследовательская компания, профессионально специализирующаяся на изучении поведения, стратегий и мотиваций потребителей финансовых услуг.



ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

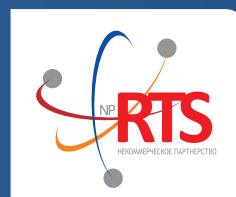
Child & Youth Finance International (CYFI) –

общественная международная организация, основная цель которой, – увеличение вовлеченности молодежи в финансовую сферу, объединяет ряд организаций в области детских и молодежных финансов, оказывает консультативную поддержку, способствует обмену знаниями в рамках детского и молодежного финансового движения.



Некоммерческое партнерство развития финансового рынка

РТС (НП РТС) объединяет около 100 профессиональных участников финансового рынка. НП РТС ведет работу над рядом проектов, включая рынок акций глобальных компаний на Санкт-Петербургской бирже, многофункциональную информационную систему внебиржевого рынка RTS Board, систему организации электронных аукционов для государственных, муниципальных и корпоративных закупок RTS Tender. Кроме того, группа НП РТС издает журнал о финансовых рынках Financial One и способствует повышению финансовой грамотности населения через портал www.fingramota.org.



MasterCard (NYSE: MA) www.mastercard.com – технологическая компания, работающая в глобальной платежной индустрии. Мы управляем самой быстрой в мире сетью обработки платежей, которая соединяет потребителей, финансовые институты, торговые организации, правительственные и деловые структуры более чем в 210 странах и территориях. Продукты и решения MasterCard позволяют проще, безопаснее и эффективнее решать повседневные задачи, например, делать покупки, путешествовать, вести бизнес и управлять финансами.



Ассоциация российских банков (АРБ) –

Негосударственная некоммерческая организация, выражающая интересы российского банковского сообщества.



