



БИБЛИОТЕКА ЦЕНТРА ИССЛЕДОВАНИЙ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ И РАСЧЕТОВ

ГИД по финансовой грамотности

VISA

РОСБАНК

КНОРУС

Коллектив авторов Гид по финансовой грамотности

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=5020379

Гид по финансовой грамотности / кол. авторов.: КНОРУС : ЦИПСuP;

Москва; 2010

ISBN 978-5-390-00523-1

Аннотация

Быстрое и устойчивое развитие экономики страны зависит не только от внедрения новых, более эффективных производственных и финансовых технологий, но и от готовности и способности населения воспринимать и использовать данные технологии. Эффективность участия населения в современной экономике напрямую зависит от понимания того, каким образом можно с выгодой для себя использовать новые финансовые продукты.

В данной книге отражены основные виды банковских и финансовых услуг, описанных «изнутри» специалистами. Возможно, это издание – единственная возможность для клиента заглянуть за пределы маркетинговых и рекламных рубежей банков и финансовых компаний.

Для активных пользователей финансовых услуг, клиентов банков, специалистов финансовых компаний и банков, аспирантов и студентов вузов, а также всем, кто интересуется развитием финансовых и банковских услуг.

Содержание

Авторский коллектив	7
Предисловие	9
Доступность, понимание, доверие: России нужна финансовая система для всех групп населения	12
Вступительное слово	21
Введение	24
Раздел I Финансовое образование и финансовая грамотность	31
Глава 1 Обзор исследований по состоянию и подходов к повышению уровня финансового образования и финансовой грамотности в российской и зарубежной практике	31
1.1. Понятия «финансовое образование» и «финансовая грамотность»	31
1.2. Исследования в области финансового образования и финансовой грамотности на территории Российской Федерации	35
1.3. Исследования в области финансового образования и финансовой грамотности за рубежом	40
Глава 2 Обзор практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности и финансового образования	60

2.1. Российская практика	60
2.2. Зарубежная практика	77
Глава 3 Проблемы повышения финансовой грамотности населения	90
3.1. Практики ведения и планирования бюджета доходов и расходов	92
3.2. Оценка людьми собственной финансовой грамотности	96
3.3. Представления людей об «агентах» ответственности за финансовое благополучие и стратегии компенсирования рисков	98
3.4. Финансовая информация: источники и приоритеты	104
3.5. Кто должен заниматься повышением финансовой грамотности населения?	108
3.6. Тесты на финансовую математику	110
Глава 4 О мерах государственной поддержки семей, имеющих детей	112
Раздел II Гид по финансовым услугам	128
Глава 5 Какой банк выбрать	128
Глава 6 История развития банковского дела в России	148
Глава 7 Каталог розничных услуг	160
7.1. Частные вклады	160
7.1.1. Основные виды вкладов	160

Гид по финансовой грамотности

Авторский коллектив

Аксенов Александр Петрович

(д-р экон. наук, Глава Управы района Соколиная Гора ВАО г. Москвы)

Андреев Александр Федорович

(д-р экон. наук, Декан факультета экономики и управления, зав. кафедрой производственного менеджмента РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина)

Болвачев Алексей Ильич

(д-р экон. наук, Декан финансового факультета РЭА им. Г.В. Плеханова)

Вышегородцев Михаил Михайлович

(министр Правительства Москвы, руководитель Департамента поддержки и развития малого предпринимательства)

Евсеева Ирина Николаевна

(член Попечительского совета НАУМИР)

Ибрагимова Диляра Ханифовна

(НАФИ, Директор по исследованиям)

Киселев Александр Николаевич

(Генеральный директор ФГУП «Почта России»)

Кузина Ольга Евгеньевна

(НАФИ, Генеральный директор)

Курмашева Вера Валерьевна

(независимый эксперт)

Мамута Михаил Валерьевич

(Президент Российского микрофинансового центра)

Мартынов Виктор Георгиевич

(д-р экон. наук, Ректор РГУ нефти и газа имени И.М. Губ-

кина)

Овчинников Максим Александрович

(Заместитель начальника Аналитического управления

Федеральной антимонопольной службы)

Пухов Антон Владимирович

(S3 Bank, Начальник управления розничного бизнеса)

Пушко Александр Федорович

(зам. директора Банковского института ГУ-ВШЭ)

Солодков Василий Михайлович

(Директор Банковского института ГУ-ВШЭ)

Предисловие

Первое десятилетие становления рынка банковских услуг в России (90-е гг. прошлого века) российские банки предпочитали работать с крупными юридическими лицами, а не рядовыми гражданами или малыми предприятиями. В кругах банковских специалистов даже ходил такой термин – «клиент с улицы», что, по сути, означало – «ненадежный, рискованный клиент». На порядок большие обороты по расчетным счетам, значительно меньшие (чем при работе с «физиками» и малыми предприятиями) риски, возможность выдачи крупных кредитов, реализации крупномасштабных зарплатных проектов на базе платежных карт и т. д. – все эти преимущества сполна оправдывали выбранное российскими банками направление бизнеса. Но к концу двадцатого века банками были исчерпаны все возможности для дальнейшего роста бизнеса – крупнейшие корпорации создали собственные банки и замкнули свои финансовые потоки на них, остальной крупный корпоративный сектор был окончательно поделен. И тогда российские банки обратились к новому, сложному, но единственно возможному бизнесу – предоставлению рядовым гражданам России розничных банковских услуг.

С начала 21 века рынок финансовых продуктов для российского населения развивается очень активно. Помимо тра-

диционного направления – привлечение вкладов – банки за короткий период освоили новые для себя и для массового клиента услуги – кредиты на потребительские цели, автокредиты, кредитные карты, ипотечные кредиты, денежные переводы, на подходе – широкое оказание услуг, связанных с расчетами электронными деньгами. Таким образом, прогресс в части предоставления гражданам России современных банковских услуг очевиден. Вместе с тем стал очевиден и наметившийся разрыв между желанием банков предоставлять гражданам современные технологичные услуги и пониманием сути продуктов со стороны простого потребителя, не обязанного «заморачиваться» на понимание достаточно сложных финансовых терминов, которые зачастую используют банковские специалисты в обиходе. А тем временем российские банки изобретают все более сложные финансовые продукты, вводят в оборот все новые и новые термины, которые кажутся для самих банкиров очевидными, но которые отнюдь не очевидны (что справедливо) покупателям этих продуктов, т. е. рядовым гражданам – банковским клиентам.

Еще одна проблема потребителя банковских услуг – огромное количество предложений от банков. Как разобраться в этом море предложений? Что такое эффективная ставка по кредиту например, и как ее подсчитать, если внимательно изучить тарифы? Что представляют собой дополнительные или «скрытые» комиссии банка при обслужива-

нии клиента? В чем преимущество валютных вкладов перед рублевыми и наоборот – рублевых перед валютными? Что представляет собой фондовый рынок, какие дополнительные возможности получения доходов он дает, какие потери и риски потенциально несет? Можно ли купить в банке услугу по автострахованию, какие преимущества покупки данной услуги у банка? Как правильно сориентироваться в том широком выборе, который предоставляют сегодня российские банки населению по каждому из продуктов – будь то кредиты, депозиты или, например, ипотека?

На эти и многие другие вопросы, связанные с получением банковских услуг в России, внимательный читатель найдет ответы в книге «Гид по финансовым услугам». Книга написана понятным языком, снабжена необходимыми примерами из практики, в приложении размещены правовые документы, регулирующие предоставление российскими банками финансовых услуг населению и малым предпринимателям.

Министр Правительства Москвы, руководитель Департамента поддержки и развития малого предпринимательства
М.М. ВЫШЕГОРОДЦЕВ

Доступность, понимание, доверие: России нужна финансовая система для всех групп населения

Быстрое и устойчивое развитие экономики страны зависит не только от внедрения новых, более эффективных производственных и финансовых технологий, но и от готовности и способности населения воспринимать и использовать такие технологии. Эффективность участия населения в современной экономике напрямую зависит от понимания того, каким образом можно с выгодой для себя использовать новые финансовые продукты. Уверенное пользование невозможно без базовых знаний и навыков.

Тем не менее вопрос о «грамотности-безграмотности» российских граждан, по моему убеждению, требует уточнения. Никто ведь не требует от каждого клиента банка диплом финансиста, юриста или экономиста. Важны две вещи: во-первых, понимание гражданами азов (азбуки финансов), умения распоряжаться семейным бюджетом и, если хотите, «жить в мире финансов», а во-вторых, наличие инфраструктуры, способной объяснить некоторые тонкости конкретных продуктов и, если надо, защитить потребителя.

Возьмем, например, ипотечный кредит. Это очень сложный инструмент и, наверное, было бы ошибкой заставлять

каждого школьника погружаться в детали ипотечного кредитования. Нужно другое, кредит должен стать не целью, а способом решения житейских проблем. И человек должен понимать, как этим способом воспользоваться. Когда у него появится реальная потребность в кредите, существующая информационная, образовательная, рыночная инфраструктура должна обеспечить доступность и понятность такого кредита. То же самое касается банковских карт, вкладов или денежных переводов.

Миллиарды людей пользуются электрическими приборами и ничтожная доля из них является физиками, которые понимают, что такое электричество. Просто соответствующая инфраструктура позволяет это сделать без каких-либо проблем, достаточно иметь под рукой розетку. И кроме того, всем с детства известны правила безопасности.

Те же «правила безопасности» должны стать известны и пользователям финансового рынка. Сложность российской ситуации состоит в том, что сегмент потребительских финансов находится пока в стадии становления, на нем отсутствуют некоторые важные элементы – кредитные брокеры, финансовые консультанты, адвокаты, специализирующиеся на вопросах управления личными финансами. Именно эти структуры обеспечивают безболезненное взаимодействие индивидуального потребителя и финансового института.

Существует еще два важнейших фактора – это общая кре-

дитная культура общества и атмосфера доверия между заемщиками и кредиторами. Именно здесь сконцентрированы основные российские проблемы. Фундаментом доверия являются знания и понимание как со стороны банков, так и со стороны их клиентов.

В настоящее время граждане страны не имеют полноценных возможностей по изучению механизмов управления личными финансами, семейным бюджетом, не получают достаточно образовательной информации нерекламного характера, касающейся разнообразных финансовых продуктов, и, как результат, испытывают серьезные затруднения при выборе страховых и ипотечных продуктов, потребительских кредитов, депозитов, имеют самое поверхностное представление о собственных налоговых обязанностях и пенсионных правах.

Именно по этой причине до сих пор значительная часть населения с недоверием и скептицизмом относится к банковскому сектору и финансовым рынкам. Люди легко становятся жертвами различных финансовых махинаций и злоупотреблений.

Быстрый рост финансового сектора при низком уровне кредитной культуры и ответственности граждан за заемные средства на фоне недостаточной разработанности соответствующих правовых механизмов вызывает обеспокоенность. Зачастую искаженное представление и недоверие граждан к финансово-банковскому сектору сдерживают рост финансо-

вых рынков. Незнание базовых финансовых понятий приводит к нежеланию граждан инвестировать, снижает доступность финансовых услуг.

Молодежь – одна из наиболее уязвимых социальных групп. Система общего образования не включает обучение управлению личными финансами, а опыт родителей в данной сфере, как правило, ограничен и может носить негативный оттенок. Молодежная культура направлена в большей степени на потребление, а не на сбережение или инвестирование. Как следствие, молодые люди склонны принимать неэффективные финансовые решения, накапливают долговые обязательства, имеют низкий уровень сбережений для жизненно важных целей.

Несмотря на отмеченные сложности, проблеме финансовой грамотности населения России уделяется, к сожалению, явно недостаточное внимание. Ни государство, ни бизнес в полной мере не осознают важности планомерной работы в этом направлении. Хотя кризисный период дает для этого все основания.

Тем более важным представляется появление литературы, посвященной вопросам изучения финансовой грамотности, создание разнообразных путеводителей и гидов по запутанному миру финансов, доступных для понимания широкому слою читателей. Искренне надеюсь, что данная обстоятельная работа широкого авторского коллектива еще раз привлечет внимание всех заинтересованных лиц к обозначенной

актуальной теме. Настало время перейти к разработке и реализации национальной стратегии, осуществляемой совместно правительством, бизнесом и банками.

Повышение финансовой грамотности населения способно не только дать мощный толчок развитию финансовых инструментов и институтов, но и обеспечить поступательное движение во всех сферах социально-экономической жизни. В частности, это благотворно скажется на собираемости налогов, на развитии малого и среднего бизнеса. Например, более широкое использование платежных карт позволяет сделать денежный оборот более прозрачным.

Наши граждане должны получить современные знания и обширные навыки, необходимые для принятия ответственных и взвешенных решений в финансовой сфере.

Без понимания со стороны населения расширение доступности не решает проблем, но и образовательные программы без продвижения финансового рынка «в глубинку» рискуют остаться голой теорией. Например, расширение географии потребительского кредита показывает, что без посторонней помощи простому человеку крайне непросто разобраться в тонкостях кредитного договора.

На сегодняшний день более трети россиян фактически не пользуются услугами банков. Есть над чем задуматься. Причиной тому – два фактора: географический и социально-экономический. Оба они работают против доступности. Масштабы страны, невысокая плотность населения, удаленность

сельских районов – все это заставляет задуматься о нетрадиционных каналах доставки финансовых продуктов населению. Экономика банковского бизнеса устроена таким образом, что открытие банковских отделений и филиалов в отдаленных регионах оказывается убыточным делом. Значит, необходимы инновационные технологии. Технологии из разных областей знаний – коммуникационные, организационные, финансовые и микрофинансовые.

Однако наряду с географическими не следует забывать и о социально-экономических условиях. Все еще более 20 % россиян живут ниже уровня бедности. И это малообеспеченное население также нуждается в финансовых, банковских услугах: не только в переводе платежей и оплате жилищно-коммунальных услугах, но и полноценных кредитно-депозитных операциях, услугах микрофинансирования. Для малообеспеченных граждан кредит в 20–30 тыс. руб. может дать старт собственному микробизнесу, а небольшой депозит – положить начало накоплениям.

В мировой практике закрепляется новое понятие *inclusive financial system*, т. е. финансовая система, охватывающая все слои населения (финансовые услуги «для всех») – и малообеспеченных граждан, которым необходим минимальный кредит, и средний класс.

Сегодня нам пора перейти от решения фрагментарных задач к постановке общей проблемы – созданию такой системы финансовых услуг в России «для всех». Здесь правильно

сделать акцент на наименее защищенных слоях населения и микрофинансирование.

На протяжении последних лет в России воплощались две стратегии – Стратегия развития банковского сектора и Стратегия развития финансового рынка. По сути эти документы ориентированы не на общество, а на финансовую индустрию. Первая – на банковский сектор, вторая – на участников рынка капиталов. Однако сегодня политическая задача, социальный запрос сформулированы более масштабно. Необходимо, чтобы финансовые услуги пришли в каждую семью, чтобы каждый гражданин мог воспользоваться теми плодами, теми успехами, которые возвращены финансовым рынком.

Именно такая стратегия нужна сегодня стране. Речь идет о финансовой системе для всех, как для граждан, которые являются традиционными банковскими клиентами, так и для тех, кто по разным причинам не является банковскими клиентами.

В подобной стратегии отражаются два измерения. Одно из них – это посуBJECTная структура такой системы. В ней существуют и эффективно взаимодействуют банки, кредитные кооперативы, микрофинансовые организации, специализированные финансовые компании, кассы взаимопомощи, компании сотовой связи и интернет-провайдеры, операторы электронных платежных систем и эмитенты электронных денег. Вся палитра финансовых институтов должна по-

лучить поддержку. Те группы населения, которые традиционно не являются клиентами банков, смогут осуществлять сбережения и получить кредиты (даже на небольшие суммы) в других финансовых институтах. Необходимо помнить, что Россия – огромная страна. Регионы, отдельные территории развиты неравномерно. Возможно, в некоторых регионах, учитывая территориальную удаленность и низкую плотность населения, традиционный банковский бизнес останется нерентабельным. Второе – это технологическая, коммуникационная основа финансового бизнеса. Здесь выделяют различные механизмы дистанционного оказания финансовых услуг: мобильный и интернет-банкинг, технологии почтовой связи, работа через розничных агентов, выстраивание зонтичных структур. Все из перечисленных финансовых и коммуникационных посредников должны иметь возможность использования названных технологий. Другое дело, что ядром, основой такой системы, без сомнения, останутся кредитные организации.

Новые технологии позволяют предоставлять услуг населению дистанционно, вне служебных помещений (branchless banking): с использованием платежных карточных систем или с применением технологий сотовой связи, платежных терминалов, использованием электронных платежных систем, построенных на основе сети Интернет и «электронных денег» (e-money).

Обобщая все перечисленные модели, можно высказать

общую идею: банки могут предоставлять свои услуги везде, там где есть касса розничного агента, банкомат, терминал (при операциях с наличными), и там где есть сеть мобильной связи (при безналичных операциях).

Убежден, что уже в ближайшие годы все эти чудеса финансовых и информационных технологий смогут прийти буквально в каждую семью. Необходимо готовиться к этому и готовить к этому наших граждан.

АНАТОЛИЙ АКСАКОВ,

президент Ассоциации региональных банков России,
член Национального банковского совета,

депутат Государственной Думы



Вступительное слово

Необходимость формирования среднего класса как основы стабильности любого современного цивилизованного общества теоретически давно уже ясна всем – представителям государственной власти, бизнеса и рядовым гражданам. И один из эффективных путей формирования среднего класса – активная поддержка и стимулирование развития малого предпринимательства, о которых очень много говорится на разного рода круглых столах и конференциях. При этом, следует признать, практической помощи малым предприятиям пока оказывается мало (по-прежнему слишком велико количество желающих «проверить» без особых на то оснований, например, финансовую документацию или пожарную безопасность малого предприятия, не продуман механизм льготного кредитования малого бизнеса, его финансовой поддержки).

Вместе с тем российский малый бизнес существует и развивается, а искать причину всех его проблем и неурядиц только во внешних неблагоприятных условиях было бы, конечно, неправильно. Одна из существенных преград для развития малого предпринимательства – недостаточная компетентность представителей малого бизнеса при выборе обслуживающего банка, при оценке его устойчивости и надежности (сейчас этот процесс, как правило, протекает случайным

образом), слабая информированность малого бизнеса о банковских финансовых услугах, которые потенциально доступны сегодня всем, в том числе и предпринимателям, их недостаточно активная позиция в плане использования этих самых возможностей.

Поскольку жизнедеятельность малого предприятия невозможна без расчетного счета в банке, как правильно выбрать банк в условиях, когда рынок предложений огромен, а сами предложения похожи друг на друга как близнецы? Каков перечень финансовых услуг, которые представлены сегодня на российском рынке и которые вправе ожидать от обслуживающего банка малый бизнес? Первый практический шаг на пути освоения навыков и умений правильной ориентации в сфере выбора поставщика финансовых услуг, т. е. банка, и потребления финансовых услуг – ликвидация собственной финансовой безграмотности. Необходимо разбираться в целом ряде вопросов. Что такое, например, эффективная процентная ставка по кредиту и чем она отличается от указываемой в рекламных объявлениях? Как ее сосчитать? Что такое скрытые комиссии, в какой части банковских тарифов их искать и можно ли это сделать без увеличительного стекла? И не только кредиты являются востребованным финансовым инструментом для малого предпринимательства. Депозиты, платежные карты, страховые услуги, операции на фондовом рынке – все это разнообразие финансовых продуктов уже присутствует на российском рынке. Как его

освоить? Что представляет собой каждая из услуг? Найти ответы на многочисленные вопросы, анализируя предложения банков, возможно, но требует изрядного количества времени, а также специальных знаний и навыков.

На многие вопросы, связанные с получением банковских услуг в России, читатель найдет ответы в представляемой нами книге «Гид по финансовым услугам». Книга написана специалистами понятным языком, снабжена необходимыми примерами из практики, дополнительными материалами (так, в приложении размещены правовые документы, регулирующие предоставление российскими банками финансовых услуг населению и малым предпринимателям).

Ректор РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина,
директор Института проблем развития
кадрового потенциала ТЭК, д-р экон. наук,
профессор В.Г. МАРТЫНОВ

Введение

Проблема финансовой грамотности населения вне зависимости от рассматриваемой страны играет все большую роль и привлекает все больше внимания со стороны правительств различных стран. Об этом свидетельствует хотя бы тот факт, что в развитых и развивающихся странах создаются специализированные органы, комиссии или советы¹, а также формируются программы в области повышения уровня финансовой грамотности населения. Интерес к финансовой грамотности вызван, прежде всего, теми отрицательными внешними эффектами, которые воспроизводятся в случае ее низкого уровня. В свою очередь, проблема финансовой грамотности обусловлена характеристиками рынка финансовых услуг, а также специфическими характеристиками самих услуг.

В последние десятилетия высокий уровень конкуренции на рынках финансовых услуг привел к бурному его развитию как в плане расширения ассортимента финансовых услуг и усложнения механизмов их предоставления потребителю, так и в плане роста разнообразия субъектов, предоставляю-

¹ В США – Комиссия по финансовой грамотности и образованию (Financial Literacy and Education Commission); в Австралии – Служба финансовой информации (FIS); в Канаде – Служба защиты потребителей финансовых услуг (FCAC); в Великобритании – Управление по финансовым услугам (FSA).

щих такие услуги. Сами же услуги характеризуются низкой частотой их потребления отдельным индивидом и высокими издержками оценки качества соответствующей услуги до ее покупки. Первое означает, что опыт отдельного потребителя, как правило, незначителен, для того чтобы со сравнительно низкими издержками уверенно ориентироваться при выборе услуги и контрагента. Трудности же оценки качества услуги до ее покупки и потребления приводят к возможностям оппортунистического поведения со стороны продавцов финансовых услуг, которое выражается в сокрытии важной для потребителя информации, характеризующей все свойства услуги.

В условиях бурного развития финансовых рынков, высокого уровня асимметрии информации между поставщиком услуг и их покупателем государственное регулирование не всегда в состоянии быстро адаптироваться к практикам и проблемам реализации услуг участниками финансовых рынков. В этом плане адаптация потребителей к новым условиям потребления финансовых услуг, посредством реализации более совершенных поведенческих стратегий приобретает важнейшее значение. В свою очередь воспроизводство и распространение эффективных поведенческих стратегий потребителей означает формирование у них необходимых навыков. Данные навыки выражаются не только в наличии у индивидов необходимой информации о существующих финансовых услугах, их характеристиках, продавцах, возмож-

ностях защиты своих прав и механизмов такой защиты, но и в способности потребителей финансовых услуг к поиску и использованию имеющейся информации в процессе принятия решений.

Внедрение современных, динамично развивающихся и зачастую сложных (по крайней мере для рядового потребителя) технологий в сфере предоставления финансовых услуг при расширении доступности данных услуг группам, не имеющим соответствующего опыта потребления (группы с низкими доходами, студенты и т. д.), обостряют указанные выше проблемы и в значительной степени усложняют задачу формирования у населения навыков потребления финансовых услуг.

Низкий же уровень финансовой грамотности ассоциируется с отрицательными последствиями не только для потребителей, но и государства как регулятора, а также хозяйствующих субъектов, предоставляющих такого рода услуги.

Для потребителей финансовых услуг низкий уровень финансовой грамотности приводит к высокому уровню персональных долговых обязательств, возможным банкротствам физических лиц, высоким рискам мошенничества и недобросовестного поведения продавцов финансовых услуг, неэффективному управлению сбережениями и пенсионными накоплениями. В конечном счете, для некоторых семей недостаточный уровень финансовой грамотности может привести к драматическим последствиям, таким как потеря

жилья или сбережений, накопленных за всю активную трудовую деятельность.

С точки зрения государства как гаранта прав участников финансовых рынков низкий уровень финансовой грамотности ограничивает возможности и снижает эффективность регулирования финансовых рынков и защиты прав потребителей финансовых услуг, препятствует внедрению новых эффективных институтов в сфере пенсионного обеспечения.

Для хозяйствующих субъектов, предоставляющих финансовые услуги, низкий уровень финансовой грамотности, с одной стороны, может ассоциироваться с низкой степенью вовлеченности населения в потребление финансовых услуг даже при наличии соответствующей выгоды, с другой стороны, способствовать росту отрицательных внешних эффектов, производимых недобросовестными поставщиками финансовых услуг, что приводит к снижению уровня доверия к сектору в целом.

Поэтому во многих странах, таких как США, Великобритания, Австралия, Корея, Канада и Чехия, общепризнана необходимость вмешательства государства в форме разработки и реализации национальных стратегий в области повышения уровня финансовой грамотности населения, посредством которых формируются условия для координации действий участников рынков финансовых услуг и государства в реализации различного рода программ и обучающих тренингов, позволяющих сформировать навыки потребле-

ния финансовых услуг у населения страны.

В практике развитых стран можно выделить различные варианты государственного воздействия на проблему низкого уровня финансовой грамотности населения.

Во-первых, государство может выполнять функции координатора деятельности субъектов, реализующих информационные программы, посредством чего обеспечивается функционирование единых информационных баз и каналов распространения информации, а также предотвращается недобросовестное поведение реализующих информационные программы субъектов. Последнее в свою очередь требует формирования стандартов распространяемой в рамках программ информации и создания механизмов контроля за качеством и характеристиками такой информации.

Во-вторых, государство может выступать спонсором различного рода мероприятий в области повышения уровня финансовой грамотности населения, которые реализуют некоммерческие организации и частные фирмы.

В-третьих, государство может самостоятельно осуществлять программы в области повышения уровня финансовой грамотности через сеть образовательных учреждений, государственных органов, служб занятости и т. д.

Данные варианты государственного воздействия на уровень финансовой грамотности, как правило, комбинируются. Самостоятельная реализация всех мероприятий в технологической цепочке является наиболее централизованной

формой, однако редко используется на практике. В идеале вмешательство государства должно иметь место на тех стадиях реализации информационных программ, где такое вмешательство является необходимым условием осуществления мероприятия или же ведет к значительной экономии издержек и повышению эффективности. Поэтому на разной стадии реализации информационных программ (от разработки, до распространения среди адресатов) характер и степень участия государства варьируются.

Международная практика показывает, что действия как государственных, так и негосударственных организаций в области реализации программ и отдельных мероприятий, направленных на повышение уровня финансовой грамотности, сосредоточены на трех направлениях:

1) созданию достоверных и доступных источников информации для потребителя финансовых услуг, таких как интернет-порталы, книги, буклеты и брошюры и т. п., содержащие подробное описание конкретных финансовых продуктов, процесса их потребления и действий индивида в тех или иных ситуациях;

2) реализации образовательных программ, семинаров и тренингов на рабочих местах, в школах и университетах;

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

Вне зависимости от рассматриваемого типа действий важ-

но обеспечить соответствие распространяемой информации целям повышения уровня финансовой грамотности, а не целям повышения уровня продаж отдельными участниками рынка. Именно поэтому содержание информации, распространяемой в рамках различного рода программ в области повышения уровня финансовой грамотности требует контроля со стороны государства. Именно это и определяет актуальность и целесообразность разработки с участием государства и распространение данной книги.

Материалы, содержащиеся в данной книге, рассчитаны на широкий круг читателей от школьников старших классов до пенсионеров. Книга структурирована следующим образом:

– в первом разделе осуществляется описание существующих подходов в различных странах мира в области повышения уровня финансовой грамотности, дается понятие финансового образования и финансовой грамотности, а также обобщаются результаты исследований проблем финансовой грамотности в Российской Федерации и зарубежом;

– во втором разделе содержится информация, направленная на формирование у читателя представления о рынках финансовых услуг, а также создание навыков потребления конкретных финансовых продуктов.

Заместитель начальника

Аналитического управления

Федеральной антимонопольной службы

М.А. Овчинников

Раздел I Финансовое образование и финансовая грамотность

Глава 1 Обзор исследований по состоянию и подходов к повышению уровня финансового образования и финансовой грамотности в российской и зарубежной практике

1.1. Понятия «финансовое образование» и «финансовая грамотность»

Финансовое образование (ФО) или обучение определяет- ся как «процесс, в результате которого потребители финан- совых услуг (инвесторы) повышают свои знания о финан- совых продуктах, понятиях и рисках и с помощью инфор- мации, инструктирования и объективных советов развивают навыки и уверенность, повышают осведомленность о финан- совых рисках и возможностях, делают обоснованный выбор, знают, куда обращаться за помощью, и предпринимают дру-

гие эффективные действия для улучшения своего финансового состояния». Таким образом, финансовое обучение выходит за рамки обеспечения финансовой информации и консультирования и должно регулироваться, что уже часто и делается, в частности для защиты денежных средств клиентов (потребителей в рамках договорных отношений)².

Под финансовой грамотностью (ФГ) обычно понимают результат процесса ФО или «совокупность двух элементов:

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

2) способность потребителей финансовых услуг использовать имеющуюся информацию в процессе принятия решений: при осуществлении специальных расчетов, оценке риска, сопоставлении сравнительных преимуществ и недостатков той или иной финансовой услуги»³.

Основа проблемы лежит в природе финансовых услуг (продуктов) и рынков, на которых эти услуги (продукты) предоставляются. Специальные исследования⁴, посвященные проблеме информации на финансовых рынках, выявили

² Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). URL: <http://www.oecd.org>

³ Овчинников М. Обзор международной практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности. М., 2008.

⁴ Овчинников М. Обзор международной практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности. М., 2008.

ряд факторов, обуславливающих повышенные требования к финансовой грамотности участников рынка:

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

Данные факторы обуславливают высокий уровень асимметрии информации на рынках финансовых услуг (продуктов), а также ограниченные возможности потребителей финансовых услуг (продуктов) приспособливаться к изменяющимся характеристикам рынка.

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

Для потребителей финансовых услуг низкий уровень ФГ приводит:

- 1) к принятию неэффективных решений и, как результат, к уменьшению доверия к финансовым институтам;
- 2) «исключенности» из возможности использования преимуществ финансового рынка;
- 3) высокому уровню персональных долговых обязательств;

4) массовым банкротствам физических лиц;

5) к передаче негативного финансового опыта подрастающему поколению;

6) подверженности рискам мошенничества и недобросовестного поведения продавцов финансовых услуг;

7) низкому уровню сбережений для жизненно важных целей;

8) неэффективному формированию пенсионных сбережений и управления ими.

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

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

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

1.2. Исследования в области финансового образования и финансовой грамотности на территории Российской Федерации

Несмотря на то что проблема с ФО и повышением ФГ для России является относительно новой, российские и зарубежные участники российского финансового рынка, не дожидаясь принятия единой общегосударственной программы, в большей или меньшей степени уже участвуют в процессе. Данная проблема была обозначена на самом высоком уровне, и ее решение приобрело государственное значение, поэтому представители банков, других финансовых организаций, а также органов государственной власти пришли к выводу о необходимости объединить усилия в поисках оптимального подхода к решению этой задачи.

При этом очевидно, что разработке стратегий и программ в области ФГ и ФО должны предшествовать серьезные исследования текущего уровня ФГ населения и его различных сегментов в сфере розничных платежей. Проведение данных мероприятий потребует совместного участия Банка России и организаций, специализирующихся на социологических исследованиях. Результаты исследования должны послужить основой для разработки методик по устранению недостаточ-

ной ФГ в сфере розничных платежей, в том числе определению наиболее эффективных направлений и способов доведения финансовых знаний до населения.

В целях изучения реальной ситуации в Российской Федерации по состоянию ФГ населения проводились исследования различными организациями (Всемирный Банк, Национальное Агентство Финансовых Исследований (НАФИ), Фонд «Общественное мнение», МПС «VISA», Национальный Фонд содействия финансовой грамотности). По результатам обследований проводившихся Всемирным Банком:

- до 40 % опрошенных считают, что правительство будет компенсировать им возможные потери, связанные с личными инвестициями;

- только 9 % взрослого населения планируют свои финансы на период, превышающий шесть месяцев, и лишь 0,5 % – превышающий один год.

Результаты опроса свидетельствуют о том, что поведение российского населения в области инвестиций, сбережений и кредитования говорит о необходимости повышать ФГ.

- в ходе опроса 2007 г. только 48 % респондентов ответили, что они знают о требовании раскрытия эффективной процентной ставки;

- 63,5 % опрошенных не доверяют отечественным банкам;

- 60 % – не уверены, что через 20 лет крупнейшие компании страхового рынка никуда не денутся.

Очевидно, что население в значительной степени не знакомо с законами и нормативными актами по финансовым продуктам, а также недостаточно доверяет банкам и страховым компаниям.

При этом относительная величина доли российского населения, не охваченного банковскими услугами, повышает сложность задачи повышения ФГ.

В среднем по стране эта цифра составляет около $1/3$, но в некоторых населенных пунктах до двух третей населения бывает не охвачено банковскими услугами

В декабре 2007 – марте 2008 г. ЗАО «Национальное агентство финансовых исследований» (далее – НАФИ) провело исследование критериев ФГ населения и путей ее повышения. В качестве экспертов в исследовании приняли участие представители Банка России, Федеральной службы по финансовым рынкам, Агентства по страхованию вкладов, представители крупнейших коммерческих банков, страховых компаний, инвестиционных фондов; представители негосударственных некоммерческих организаций – Российского союза промышленников и предпринимателей, Центра инвестиционного просвещения и др. Интервью проводились с руководителями данных организаций, в банках и страховых компаниях – с руководителями департаментов розничного бизнеса.

Всеми экспертами признается, что уровень ФГ населения в настоящее время чрезвычайно низок, и его повышение –

актуальная потребность для всех участников рынка⁵.

Эксперты полагают, что рост ФГ приведет к стабильному повышению уровня пользования финансовыми продуктами.

Важное значение придается роли государства, так как игроки рынка, даже объединив свои усилия, не способны охватить все население, в силу недостаточности как финансовых, так и административных ресурсов. У государства должна быть ключевая роль координатора процесса.

На основании мнения экспертов можно выделить те функции, которые должны быть возложены на государство в программе повышения ФГ населения.

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

Государство также должно следить за тем, чтобы обеспечить реализацию программы на всей территории страны, даже в тех регионах, в которых в повышении грамотности на-

⁵ НАФИ. Критерии финансовой грамотности населения и пути ее повышения. Отчет по результатам исследования. М., 2008.

селения в данный момент участники рынка не заинтересованы.

Важная задача государства – не допустить того, чтобы программы повышения ФГ свелись к рекламным и маркетинговым действиям по продвижению продуктов и привлечению клиентов.

Мониторинговая и аналитическая функции. Государство способно аккумулировать информацию о проблемных зонах рынка финансовых услуг для населения. Так, например, государственные контролирующие и регулирующие органы, занимающиеся рынками финансовых услуг, могли бы иметь в штате структурные подразделения, которые собирали бы и анализировали информацию, например, по тем жалобам, которые к ним поступают, т. е. если на рынке появляются проблемные зоны, то государственные органы должны публиковать на своих сайтах разбор наиболее типичных случаев и размещать материалы, которые могут быть полезны для людей, оказавшихся в конфликтных ситуациях: например, образцы писем и обращений в соответствующие органы, алгоритмы действий.

Контролирующая и регулирующая функции. Государство – регулятор данных рынков, оно обеспечивает лицензирование, мониторинг и защиту, следит за тем, чтобы недобросовестные участники не имели возможности предоставлять услуги населению, проводит политику повышения прозрачности работы финансовых институтов: раскрытие информа-

ции, унификация договоров, своевременное обеспечение законодательной базы.

Эта функция государства чрезвычайно важна, поскольку ФГ не защитит людей от мошенничества, если регулирующие и законодательные органы не создадут условий для добросовестной конкуренции. В этом заинтересованы как потребители, так и участники финансового рынка.

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

1.3. Исследования в области финансового образования и финансовой грамотности за рубежом

Как элемент государственной политики в таких странах, как США, Великобритания и Австралия, ФГ населения занимает одно из приоритетных направлений. В этих странах

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

ФГ населения в рассматриваемых странах (США, Канада, Великобритания, Австралия, Чехия, Корея) приобретает все большую остроту в силу факторов (рис. 1.1), действующих со стороны предложения и спроса. В первом случае речь идет о стремительных **изменениях параметров рынка финансовых услуг** (рост ассортимента финансовых продуктов, усложнение процедур их потребления, расширение спектра организаций их предоставляющих и адресатов услуг). Во втором случае – о **социально-экономических и демографических изменениях** (ускорение процесса старения населения, снижение доли населения трудоспособного возраста, рост разнородности населения, рост личных располагаемых доходов населения).

Основные изменения, вызванные ростом конкуренции на рынке и внедрением современных информационных технологий, выражаются:



Рис. 1.1. Факторы, определяющие возрастающую значимость финансовой грамотности с точки зрения социально-экономического развития

Факторы со стороны предложения – изменение параметров рынка финансовых услуг

1) в стремительном росте ассортимента финансовых продуктов при значительном усложнении их характеристик. Расширяется спектр базовых банковских услуг. Используя счет до востребования, потребитель получил возможность выбирать между счетами до востребования с платой за их использование и процентной ставкой, без платы и процентной ставки, с пределом овердрафта или ограничением по изъятиям и т. п. Использование сберегательного счета предо-

ставляет множество альтернативных способов осуществления сбережений: депозитные счета денежного рынка, депозитные сертификаты и т. п. Расширяется перечень доступных инструментов инвестирования средств: портфели ценных бумаг, взаимные фонды, фонды роста и дохода, фонды, не подлежащие налогообложению и т. д.;

2) расширении спектра организаций, предоставляющих финансовые услуги. Речь идет не только об увеличении числа организаций в области банковского и страхового секторов, но и о появлении новых по своим функциям, целям и правовым характеристикам организаций в сфере финансовых услуг (например, кредитных союзов). В этих условиях возрастают значимость оценки «продавца» потребителем финансовых услуг, уровня знаний относительно правовых особенностей функционирующих субъектов на рынке;

3) усложнении механизмов предоставления финансовых услуг. Внедрение современных информационных технологий в сфере финансовых услуг, с одной стороны, позволило снизить издержки их предоставления, с другой стороны, усложнило процесс для тех групп потребителей, которым данные технологии не знакомы или представляются слишком сложными. Хотя изменение коммуникационных характеристик рынков финансовых услуг приводит к расширению доступности релевантной для потребителей информации, данная информация не всегда понятна потребителям, а ее разнообразие и масштабы невозможно охватить в услови-

ях сжатых временных ограничений. Проблема ухудшается с развитием практики агрессивного маркетинга, осуществляемого финансовыми организациями, посредством чего потребителям могут навязываться те услуги, которые не отвечают их потребностям и возможностям;

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

В целом по странам исследования показали, что при росте сложности характеристик финансовых услуг, характеристик релевантной информации и сложности процедур потребления повышается рост числа не вовлеченных в потребление индивидов.

Факторы со стороны спроса – *социально-экономические и демографические изменения* :

рованными взносами, и, как следствие, в повышении уровня ответственности экономических агентов за свои пенсионные накопления. Другими словами, государство в значительной степени перекладывает на индивида издержки принятия решений в выборе пенсионной программы, определении размера вкладов и т. п., а также соответственно и риски с этим связанные. При такой постановке понимание механизмов трансформации текущих доходов в будущее благосостояние является ключевым вопросом.

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

2) рост уровня личных располагаемых доходов населения. В странах с динамично развивающимися рынками капитала и устойчивым ростом личного располагаемого дохода все больше и больше экономических агентов вовлекаются в процесс потребления финансовых продуктов рынка капитала (или по крайней мере получают такую возможность). Потребители в данной сфере финансовых услуг не обладают достаточными знаниями, следствием чего является недоверие к новым финансовым инструментам, а также неэффективное управление риском. По отношению к этим группам населения повышение ФГ позволит не только повысить финансовое благосостояние индивидов, посредством повышения качества управления риском, но и реализовать потенциал развития финансовых рынков;

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

Развитие финансовых рынков, усложнение характеристик финансовых услуг и процедур их потребления происходит

намного быстрее, чем потребители и государственные организации в состоянии приспособиться к ним в плане аккумуляции информации, ее оценки и принятия решений, а также изменения институциональных форм регулирования финансовых рынков. Поэтому во многих странах, таких как США, Великобритания, Австралия, Корея, Канада и Чехия, общепризнанна необходимость вмешательства государства в форме разработки и реализации национальной стратегии повышения ФГ, обеспечивающей выработку механизмов повышения ФГ, координацию действий многочисленных субъектов, реализующих мероприятия в рамках данной стратегии.

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

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

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

3) необходимость контроля качества информации. Некачественная информация, приводящая к потерям для потребителей, может дискредитировать не только ее непосредственного производителя, но и идею образовательных программ в области ФГ. Стимулы производителей финансовых услуг ориентированы прежде всего на извлечение наибольшей прибыли, а не на повышение уровня образования своих клиентов. Именно поэтому роль государства должна включать контроль как информации, являющейся основой информационно-образовательных программ, так и информации, раскрываемой производителями финансовых услуг при осуществлении сделки.

Реализацией функций, направленных на решение указанных выше задач, в большинстве рассматриваемых стран заняты специальные государственные ведомства, агентства, либо организации, финансируемые государством: в США – Комиссия по финансовой грамотности и образованию

(Financial Literacy and Education Commission); в Австралии – Служба финансовой информации (FIS); в Канаде – Служба защиты потребителей финансовых услуг (FCAC); в Великобритании – Управление по финансовым услугам (FSA). В зависимости от функциональных особенностей указанных организаций и поставленных перед ними целей их деятельность охватывает сферы реализации информационно-образовательных программ, поддержки и защиты прав потребителей финансовых услуг.

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

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

Данные формы участия государства в повышении уровня

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

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

- 1) осуществление исследований в области ФГ населения;
- 2) формулировка национальной стратегии, т. е. постановка целей и задач, определение перечня мероприятий, субъектов их реализующих и механизма оценки их эффективно-

сти с целью выявления точек совершенствования стратегии;

3) разработка стандартов (в том числе и школьных программ) распространяемой в рамках информационно-образовательных программ информации и контроль их исполнения субъектами, реализующими мероприятия стратегии;

4) распространение информации (создание и поддержание единых каналов распространения);

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

б) оценка результатов программ.

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

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

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

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

Суммируя вышесказанное, формы участия и направления деятельности государства в рамках повышения уровня ФГ можно схематично изобразить следующим образом (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Формы участия государства и направления реализации стратегии повышения уровня финансовой грамотности

В зависимости от указанных направлений определяется перечень субъектов, способных реализовывать мероприятия, а также характеристики предоставления информации адресатам информационно-образовательных программ. В случае с образовательными программами, в зависимости от целевой аудитории и сферы приложения соответствующей программы используются такие формы предоставления информации, как специализированные семинары, тренинги на

рабочих местах, в школах и университетах. При создании информационных ресурсов для самостоятельного их использования потребителем финансовых услуг такими формами являются выпуск брошюр, буклетов, DVD дисков и создание специализированных web-сайтов. При поддержке принятия решений в процессе потребления финансовой услуги наиболее распространенными формами являются консультирование и ведение переговоров от лица потребителя с продавцом финансовой услуги. Примером такого рода программ может быть использование в США услуг консультирования кредитования (Credit Counseling Services), в рамках которых потребителю предоставлялись не только поддержка при ведении переговоров с кредитором, но и образовательные программы, обучающие управлению финансовыми ресурсами и т. п.

Необходимость вовлечения широкого перечня организаций в реализацию образовательных программ осознается во всех рассматриваемых странах. Перечень организаций включает в себя:

- 1) государственные организации. Государственные организации, определяя направления и приоритеты политики, также участвуют в формировании стратегии развития ФГ, реализации программ и формировании правовой среды соответствующих рынков. Как правило, такими организациями являются социальные ведомства, ответственные за вопросы трудоустройства, образования и пенсионного стра-

хования, организации, регулирующие рынки финансовых услуг и обеспечивающие защиту прав потребителей;

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

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

Приоритетными сферами развития ФГ населения в рассматриваемых странах являются:

1) пенсионное страхование;

2) кредитование (потребительское и ипотечное);

3) сбережения и инвестиции населения.

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

Исследования, проведенные в США, Корее, Японии, Великобритании, Канаде и Австралии, демонстрируют следующее:

– менее 60 % ответов учеников старших классов в США и Корее на вопросы, определяющие уровень знаний в области выбора и управления кредитной картой, в области сбережений, инвестиций и пенсионных накоплений, а также понимания рисков и механизмов их смягчения, были правильными⁶;

– 71 % респондентов в Японии не располагают знаниями относительно инвестиций в акции и облигации, 57 % не имеют представления о финансовых услугах вообще, 29 % о страховании, пенсионных накоплениях и налогах⁷;

– индивиды в Великобритании не склонны активно осу-

⁶ A Discussion Paper by the Consumer and Financial Literacy Taskforce. Australia, 2004.

⁷ OECD, 2005.

ществлять поиск информации, необходимой для выбора финансовой услуги. Более того, одной из причин отказа от покупки соответствующей услуги является сложность информации ее характеризующей⁸;

– большинство жителей Австралии имеют базовый уровень ФГ, однако, молодые потребители финансовых услуг и представители наименее защищенных социальных групп населения сталкиваются с препятствиями в осуществлении проработанных решений в рамках управления собственными средствами⁹.

В рассматриваемых странах используются следующие критерии для выделения целевых групп:

- возраст – школьники, студенты, индивиды предпенсионного возраста, пенсионеры;
- пол – выделяются специализированные программы для женщин;
- место проживания – жители городов с высоким уровнем развития финансовой инфраструктуры, жители пригородов и деревень;
- уровень дохода – индивиды с низким, средним и высоким уровнем дохода;
- социокультурные особенности – язык, религиозные представления, приверженность обычаям и т. п.;
- степень вовлечения в потребление финансовых услуг –

⁸ Там же.

⁹ ANZ Bank Survey of Adult Financial Literacy in Australia, 2003.

индивиду, имеющие опыт потребления финансовых услуг, индивиду, исключенные из потребления финансовых услуг.

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

Проведенные в США исследования показали, что многим американцам не хватает знаний по основам личной экономики, которые необходимы им для принятия эффективных решений и эффективного управления собственными средствами¹⁰.

Во всех демографических и возрастных группах существует недостаточный уровень знаний по управлению личными финансовыми средствами. Исследования подтвердили этот вывод. В этой связи в настоящее время большее внимание уделяется пропаганде и расширению мероприятий по повышению финансовой грамотности. С середины 90-х гг. XX в. многие организации инициируют выполнение программ повышения ФГ с целью решения этой проблемы¹¹. В

¹⁰ Комиссия по подотчетности правительственного аппарата. (2004, ноябрь). Роль федерального правительства в повышении финансовой грамотности (The Federal government's role in improving financial literacy). Отчет GAO-05-93-SP. Вашингтон.

¹¹ Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S: A national field study commissioned and supported by the Fannie Mae Foundation. Middleburg, VA: Institute for Socio-Financial Studies, 2003.

самом деле, последние исследования программ по повышению ФГ показали, что реализация 65 % программ началось в 1990-х гг., а почти 75 % – в конце 1990 и в начале 2000-х.

Таким образом, на основании материалов, изложенных в первой главе, можно сделать вывод, что проблема с ФО и повышением ФГ для России является относительно новой, но крайне актуальной, и начат активный процесс исследования проблемы и поиск путей ее решения, в то время как за рубежом проблема глубоко исследуется и имеются конкретные примеры ее решения.

Решение данной проблемы для России имеет государственное значение и по результатам серьезных исследований текущего уровня ФГ населения необходима разработка стратегий и программ в области ФГ и ФО и его различных сегментов в сфере розничных платежей, в том числе определение наиболее эффективных направлений и способов доведения финансовых знаний до населения.

Глава 2 Обзор практики реализации стратегий и программ в области финансовой грамотности и финансового образования

2.1. Российская практика

К наиболее значительным мероприятиям в области совершенствования ФО в России можно отнести программы:

- негосударственных фондов;
- платежных систем;
- банковских ассоциаций (союзов);
- отдельных банков;
- электронных и печатных СМИ;
- государства.

Одним из наиболее интересных представляется опыт Национального фонда содействия финансовой грамотности, которым при поддержке студентов Финансовой академии при Правительстве РФ был реализован проект «Клуб финансовых умников» для повышения ФГ школьников гимназии № 1518. Цель данного проекта – всестороннее содействие повышению ФГ молодежи. Клуб действует по различным направлениям: проведение мониторинга уровня ФГ школь-

ников, реализация образовательных программ, организация конкурсов, игр, проектных работ, установление и развитие контактов со сверстниками других стран, вовлечение родителей в обучающие программы.

Международные платежные системы VISA International и Master Card International изначально предлагают высокотехнологичный, сравнительно новый, а следовательно, трудно воспринимаемый финансовый продукт – платежные карты. Поэтому в той или иной степени повышением ФГ населения и юридических лиц Российской Федерации они занимаются с момента выхода на российский рынок розничных платежных услуг.

В частности, VISA International декларирует повышение финансовой грамотности населения как глобальную и приоритетную инициативу компании.

Программы этой платежной системы, нацеленные на образование потребителей в области использования электронных платежей и банковских карт, работают на многих рынках мира – Ближний Восток, Южная Африка, Европа, США, Канада и Россия.

Visa International при поддержке Министерства финансов РФ запустила программы по повышению ФГ населения России в области использования платежных карт, которая нацелена на повышение уровня знаний и навыков использования современных платежных продуктов и улучшения благосостояния российских граждан.

В августе и сентябре текущего года на уличных рекламных носителях, автобусных остановках, на общественном транспорте и в метро, а также в печатных СМИ в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге появилась социальная реклама программы повышения ФГ населения. Рекламные материалы кампании разработаны и распространяются при финансовой поддержке платежной системы Visa, но они не содержат логотипа компании. Рекламный сюжет состоит из пошаговой инструкции, объясняющей как совершать платежи с помощью платежной карты и что делать, если карта украдена или потеряна. Кроме того, информация о важности безналичных платежей для развития экономики России и повышения ВВП страны также доступна на макетах данной социальной рекламы.

Партнерами и участниками данного проекта являются федеральные и региональные органы власти России, Ассоциация региональных банков «Россия», Фонд поддержки социальных и информационных программ государственных ведомств «Народная Инициатива», а также представители банков и некоммерческих организаций.

В Интернете программа повышения ФГ населения продвигается через новый информационный национальный портал «Азбука финансов» (www.azbukafinansov.ru), созданный на основе русскоязычного сайта Visa – «Мои умные деньги» и в партнерстве с другими лидерами финансового рынка России. Посетители портала смогут легко найти отве-

ты на самые разные вопросы по использованию банковских карт, об основах управления личными финансами, долговыми обязательствами (кредитами) и о правилах безопасности использования финансовых продуктов. Ресурс является информационным центром для учителей, студентов, журналистов, молодых специалистов и всех потребителей в целом.

На сайтах международной платежной системы Master Card International и российской платежной системы «Золотая Корона» также представлены довольно качественные советы потребителям, причем не только по платежным картам.

Ассоциация российских банков в качестве проведения мероприятий по повышению ФГ планирует совместно с компанией «ИМА-консалтинг», правительством Саратовской области, ГУ Банка России по Саратовской области, кредитными организациями и другими участниками финансового рынка на территории Саратовского региона провести «Неделю финансовой грамотности». План проведения данного мероприятия предусматривает:

- работу ярмарки финансовых услуг, включающей экспозиционный блок, презентации компаний, консультации посетителей;

- открытые уроки для учащихся старших классов по темам: «Что такое банковская карта?», «Что такое системы денежных переводов?», «Что такое образовательный кредит?»;

- проведение семинаров, мастер-классов, презентаций для студентов вузов города Саратова по темам: «Как стать

участником фондового рынка?», «Как заработать на рынке ценных бумаг?»;

– круглые столы по теме: «Финансово грамотная семья – финансово грамотная страна». Обсуждение вопросов повышения ФГ населения.

По результатам проведения данного мероприятия должна быть разработана и утверждена долгосрочная программа повышения ФГ на территории Саратовской области в рамках взаимодействия между всеми участниками финансового рынка региона.

Ассоциация региональных банков России выступила в рамках реализации программ повышения ФГ населения и доступности финансовых услуг соорганизатором выставки – форума «Финансовая ярмарка – 2008» в Ханты-Мансийске.

Кроме того, раздел по ФГ включен Ассоциацией региональных банков России в проект документа «Стратегия повышения доступности финансовых услуг», который определяет стратегию создания национальной финансовой системы, открытой для всех групп населения.

Основной целью данной стратегии является построение всеохватывающего рынка финансовых услуг, доступного как для граждан, которые являются традиционными клиентами кредитных организаций, так и для тех, кто по разным причинам не знаком или не имеет доступа к банковскими услугами. Стратегия также содержит перечень необходимых институциональных, организационных и нормативных измене-

ний, подчиненных единой задаче – повышению доступности финансовых услуг на всей территории Российской Федерации. Задача стратегии состоит в том, чтобы определить функциональную и субъектную (элементную) структуры такой системы, в которой одновременно существуют и эффективно взаимодействуют банки, организации почтовой связи, кредитные кооперативы, микрофинансовые организации, специализированные финансовые компании, розничные агенты, операторы мобильной связи и интернет-провайдеры, операторы электронных (агентских) платежных систем и эмитенты электронных денег.

Неоднородный субъектный состав поставщиков финансовых услуг, представляющих различные сегменты потребительского (розничного) рынка, требует повышенного внимания к вопросам их технологической, операционной и коммуникационной интеграции, устранения искусственных ограничений и запретов на осуществление отдельных видов операций и оказание услуг, исключения возможности необоснованного правового арбитража или обхода закона.

Особенно актуален вопрос о необходимости разработки и реализации программы повышения ФГ населения, которая должна помочь человеку самому осуществлять планирование личных финансов и управление семейным бюджетом, должна научить граждан сравнивать условия, на которых оказывают услуги различные финансовые организации, и сделать их самостоятельными в своем выборе.

Таким образом, более комплексная задача состоит в формировании финансово дееспособной клиентской базы. При этом под финансовой дееспособностью понимается не только комплексная способность индивида разобраться в особенностях и условиях предлагаемой финансовой услуги (финансовая грамотность), но и умение применить существующие знания на практике, а также готовность нести всю полноту ответственности за принятое решение.

Главным управлением Банка России по Саратовской области совместно с банковским сообществом региона был создан web-сайт «Банки Саратова» (banki.saratova.ru), на котором размещена информация обо всех финансовых услугах, представляемых кредитными организациями региона, содержится полезная информация для потребителей о тарифах за банковские услуги, которые можно сравнить по разным кредитным организациям, информация о том, что нужно знать, открывая платежную карту, чем отличаются карты российских и международных систем, где можно открыть платежную карту, где и как можно расплатиться платежной картой за товары и услуги, информация о доступных на территории региона системах банковских переводов, о дорожных чеках и т. д. Кроме того, на данном сайте есть раздел консультации, в котором любой желающий может задать любой вопрос по тематике сайта и получить ответ либо от специалистов кредитных организаций, либо от специалистов Банка России.

Кроме того, в музее банковского дела Главным управлением Банка России по Саратовской области начиная с 2008 г. проводятся экскурсии саратовских школьников, в ходе которых рассказывается как об истории становления банковского дела на территории региона, так о сегодняшнем состоянии банковской системы региона.

Главным управлением Банка России по Омской области был проведен ряд мероприятий в области ФО. В частности, в помощь своим сотрудникам – держателям банковских карт на региональном сегменте Интранет создан раздел с целью разъяснения вопросов, касающихся безналичных расчетов. Также в целях ознакомления детей с розничными банковскими услугами и развития повседневных навыков использования банковских карт в одной из средних общеобразовательных школ Омска была проведена обучающая акция «Праздник первоклассника», организовано сказочное театрализованное представление, в котором в игровой форме показаны история и возможности платежных карт как средства платежа. При этом будущие школьники непосредственно с использованием банкоматов и терминалов «совершали покупки, осуществляли платежи» безналичным путем посредством «демонстрационных» платежных карт. В завершение праздника виновникам торжества были вручены «карты школьника», эмитируемые одним из банков, которыми они пользуются в настоящее время.

Главным управлением Банка России по Самарской обла-

сти:

- подготовлены предложения по разработке и принятию общерегиональной программы повышения ФГ населения, выделению финансирования;

- разработан опросник для проведения социологического исследования среди студентов – исследование проведено в СГЭУ;

- ведется адаптация опросника под сельское население и методические рекомендации по проведению опросов для РКЦ;

- направлено предложение в ЗАО КБ «Газбанк» о создании обучающего ресурса в сети Интернет;

- ведутся консультации с Департаментом регулирования расчетов по адаптации опросника под все регионы Российской Федерации;

- Планируется проведение конференции по повышению ФГ.

Главное управление Банка России по Курганской области проводит

целенаправленную работу со средствами массовой информации по повышению ФГ и информированности населения в области банковской деятельности и банковских услуг. С этой целью в феврале 2007 г. создана рабочая группа по информационно-разъяснительной работе с населением, которая осуществляет свою деятельность в соответствии с регламентом работы. Рабочая группа определяет тематику

ку публикаций в средствах массовой информации; разрабатывает план подготовки публикаций; определяет формы взаимодействия со средствами массовой информации, кредитными организациями (филиалами), расчетно-кассовыми центрами области по вопросам информационно-разъяснительной работы с населением.

Деятельность в этом направлении проводится на основании годового плана работы Главного управления со средствами массовой информации. В план включен целый спектр направлений деятельности: работа с населением региона непосредственно через средства массовой информации, взаимодействие с органами власти, совместная деятельность банковского сообщества Курганской области.

Выбор форм, методов и способов взаимодействия со средствами массовой информации зависит от поставленных задач, но в целом они сводятся к следующему:

- проведение информационных кампаний, в том числе размещение в телеэфире материалов по заданию Банка России;
- интервью начальника Главного управления на радио и телевидении;
- подготовка и размещение материалов по банковской тематике по инициативе Главного управления или совета кредитных организаций в печатных средствах массовой информации, на сайтах и в официальных изданиях административных структур;

- подготовка Главным управлением материалов для публикации по запросам средств массовой информации;
- проведение пресс-конференций;
- участие в круглых столах по инициативе средств массовой информации.

Одним из наиболее интересных банковских продуктов является проект «Центр финансовой грамотности», который создан при поддержке GE Money Bank в продолжение программы корпоративной социальной ответственности, основанной на принципах ответственного кредитования. Интернет-проект «Центр финансовой грамотности» ориентирован на все слои населения, его задача – дать инструменты для эффективного денежного планирования, принятия ответственных финансовых решений, обеспечить финансовую безопасность для любого человека, не обладающего специальным образованием.

Материалы сайта направлены на информирование потребителей о личных финансах, кредитных продуктах, особенностях использования заемных средств в понятной и доступной форме.

На сайте можно найти полезные советы для принятия взвешенного решения о выборе и покупке кредита, а также основные механизмы взаимодействия с кредитными организациями.

Для достижения просветительской задачи сайта важным критерием является обеспечение непредвзятости и незави-

симости материалов, корректности и доступности информации, которые контролирует наблюдательный совет «Центра финансовой грамотности», включающий представителей органов государственной власти, регуляторов рынка, банковских организаций, общественных объединений и средств массовой информации. В задачи наблюдательного совета входит объективная оценка и контроль за отсутствием скрытой рекламы продуктов банков и выработка рекомендаций по направлениям развития «Центра финансовой грамотности».

В качестве примера наиболее креативного подхода среди российских банков можно привести Новосибирский муниципальный банк, который разработал очень яркий и наглядный интерактивный web-сайт, содержащий как материалы для детей (Сайт мунципыленка), так и для взрослых (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Интерактивный web-сайт Новосибирского муниципального банка

ОАО Банк «Уралсиб» также имеет свою программу повышения ФГ клиентов банка: было проведено несколько семинаров с клиентами (населением) в отдельных регионах.

ОАО Банк ВТБ регулярно проводит семинары для клиентов – физических лиц по инвестициям в ПИФы, ОФБУ, операциям с ценными бумагами.

Во многих банках предпринимаются определенные шаги по обучению своих клиентов и потенциальных потребителей, но общая черта этих программ – сильная маркетинговая

составляющая, что вполне понятно.

В средствах массовой информации (СМИ) в настоящее время публикуется много материалов, как на регулярной основе, так и «от случая к случаю». Тема представлена как в печатных, так и в электронных СМИ. Основными недостатками размещаемых материалов являются маркетинговая направленность, низкое знание предмета авторами, обрывочность, отсутствие системности.

На уровне Правительства РФ Минфин России летом 2008 г. рассмотрел правительственную программу повышения ФГ населения. Она предполагает запуск интернет-порталов, выпуск учебников и проведение тематических семинаров для населения. Ликбез продлится пять лет (с 2009 по 2014 г.).

На первый взгляд программа повышения ФГ «обречена» на успех – поскольку сегодняшний уровень ФГ очень низок, то любые действия приведут к его повышению, а любое повышение уровня ФГ населения пойдет на пользу рынку.

Тем не менее возможность неудачного исхода все же существует – эффекта не будет, если, во-первых, вместо повышения ФГ мы получим продвижение и рекламирование отдельных финансовых продуктов. Особенно важно не допустить скрытой рекламы под видом повышения ФГ. Если это произойдет, то люди, начавшие пользоваться финансовыми услугами под влиянием рекламы, будут ими пользоваться без понимания природы данных инструментов.

Во-вторых, опасность неудачи существует в том, что если переусердствовать и обучать людей на примерах того, где и как они могут терять свои деньги, то в ходе повышения ФГ у населения будет формироваться образ финансовых институтов как сложных, непрозрачных и корыстных организаций, озабоченных только тем, как заработать больше денег на своих клиентах. Понимание того, что данные продукты сложны, а освоение знаний о рынке и продуктах требует чрезвычайно больших усилий, при негарантированном результате, может отпугнуть значительную часть потенциальных клиентов.

В-третьих, деньги будут потрачены зря, если программа сведется к разовым акциям, поскольку те люди, которые не пользуются и не интересуются финансовым рынком, просто забудут о том, что им рассказывали, причем довольно быстро. Программа должна быть рассчитана на несколько лет.

В-четвертых, программа повышения ФГ приведет к неудаче, если не создаст механизма отбора и вовлечения в работу по повышению ФГ населения наиболее квалифицированных и опытных контрагентов, понимающих суть проблемы и те трудности, которые могут возникнуть при ее реализации.

В-пятых, могут возникнуть серьезные трудности организации и координации действий между участниками программы: какие-то вещи будут дублироваться, а какие-то не будут сделаны вовсе. Трудности могут возникнуть также из-за того, что как участники рынка, так и государственные кон-

тролирующие и регулирующие органы в своей деятельности ограничены определенным рынком: банковским, инвестиционным или страховым. Важно продумать заранее, как не допустить конфликта интересов между ними и организовать управление данной программой наиболее эффективным способом.

На уровне Банка России также планируется комплекс мероприятий по повышению ФГ населения, который включает в себя:

- изучение международного опыта государственных и общественных организаций по взаимодействию с населением посредством сети Интернет;

- подготовку и участие в конференциях (семинарах) в регионах в целях активного обсуждения актуальных вопросов государственных инициатив в области ФГ населения, результатов мероприятий, проводимых Банком России (исследований, проектов предложений по формированию информационных стандартов для каждой целевой группы, методик и общеобразовательных программ);

- подготовку информационного письма Банка России, содержащего глоссарий терминов в сфере розничных платежных услуг для использования кредитными организациями в своей работе по ФО клиентов;

- проведение в регионах исследования уровня ФГ школьников, студентов (на базе отдельно выбранных школ, вузов). Анализ результатов, проведенного по Федеральным округам

исследования уровня ФГ школьников, студентов;

– подготовку предложений по формированию информационного стандарта для каждой целевой группы (дети, молодежь, взрослое население, пожилые люди (пенсионеры), нерезиденты, в том числе трудовые мигранты);

– в целях методологической поддержки кредитных организаций по информированию населения в области розничных платежных услуг подготовка и размещение на сайте Департамента регулирования расчетов Банка России информационных материалов о существующих розничных платежных услугах, их операторах (банках, нефинансовых организациях), платежных инструментах, предлагаемых инвестиционных программах, а также о возможных рисках, их минимизации (предотвращении);

– подготовку письма в Минобрнауки России по разработке методик и общеобразовательных программ на основе результатов проведенного исследования и разработанного информационного стандарта. Участие в проводимых Минобрнауки России тестированиях эффективности методик и общеобразовательных программ с целью выявления лучших образцов методик и программ и их широкого применения;

– публикацию актуальных статей в специализированных изданиях (включая официальные издания Банка России).
Подготовку предложений по тематике образовательных программ для СМИ, включая радио и телевидение;

– подготовку информационного письма Банка России

для кредитных организаций, содержащего методические рекомендации качественного повышения информированности клиентов о предоставляемых им розничных платежных услугах и связанных с ними рисках (далее – Методические рекомендации Банка России). Проведение оценки эффективности деятельности кредитных организаций, направленной на повышение ФГ населения и проводимой с учетом Методических рекомендаций Банка России. Полученные результаты будут использованы в целях совершенствования подходов качественного повышения информированности клиентов, содержащихся в Методических рекомендациях Банка России. Разработка подходов по стимулированию кредитных организаций в части проведения ими мероприятий, направленных на повышение ФГ клиентов с учетом рекомендаций международных финансовых организаций, в частности Всемирного банка.

2.2. Зарубежная практика

С точки зрения целостности и содержания реализуемых мероприятий не все рассматриваемые в настоящем исследовании страны имеют стратегии развития ФГ населения. Зачастую речь идет о действиях, направленных на создание такой стратегии.

Наиболее комплексный подход к решению проблемы ФГ применяется в США, Австралии и Великобритании. Чехия,

Канада и Корея проходят стадию формирования стратегии при параллельной реализации информационных программ.

Нельзя сказать, что в странах с наиболее развитыми стратегиями существует четкий план действий государства и основных соисполнителей при реализации образовательных программ. В частности, в США текст стратегии, подготовленный Комиссией по финансовой грамотности и образованию, есть не что иное, как отражение уже проделанной работы и лишь в некоторых случаях формулировка потенциальных действий в приоритетных сферах. Из текста данной стратегии не ясны подход к оценке эффективности, масштабы охвата субъектов, реализующих информационные программы.

По сравнению с США австралийский подход является менее централизованным. В большинстве своем роль государства сводится не к координации, а к контролю качества информации и реализуемых мероприятий государственными и негосударственными организациями.

Подход Великобритании можно назвать самым централизованным: все ключевые функции агрегируются в одной организации – «центральной агентстве». Соответствующие функции охватывают комплекс действий от реализации исследований в области ФГ до оценки результатов информационных программ. В результате обеспечивается высокий уровень координации действий субъектов, а также адаптационная эффективность стратегии.

Программы, реализуемые в США, Австралии, Великобритании, Канаде, Чехии и Корее, формируются, с одной стороны, на основе результатов исследований уровня ФГ населения, с другой стороны, в соответствии с приоритетами государств в области социально-экономической политики. Исследования позволяют определить наиболее уязвимые группы населения, эффективные механизмы и формы предоставления адресатам специальной информации. Приоритеты же государства определяют основные направления (сферы) реализации информационных программ и их целевые аудитории. В частности, если приоритеты государства направлены на поддержку наименее защищенных слоев населения, то большинство программ в стране рассчитано на индивидов с низкими доходами, не вовлеченных в потребление финансовых услуг. Соответственно определяются не только характеристики информации, каналов и форм ее распространения, но и сферы потребления финансовых услуг, в которых возможно участие адресатов.

На практике реализуются как программы общего характера (управление располагаемыми средствами, терминология, существующие услуги и их производители), так и специализированные по отношению к сфере потребления финансовых услуг (сбережения, инвестиции, использование кредитной карты и т. п.) и характеристикам адресата (школьники, студенты, эмигранты, индивиды, не вовлеченные в потребление финансовых услуг, и т. п.). В зависимости от сфер

приложения программ и целевых аудиторий, формируются локальные цели программы (например, повышение доли работников, участвующих в добровольных пенсионных программах). Цели программы, в свою очередь, определяют характер мероприятий, распространяемой информации и каналов ее передачи.

В целом для рассматриваемых стран можно выделить общие черты:

- по целевым аудиториям – основные усилия направлены на реализацию семинаров в области ФО взрослого населения, а также внедрение элементов ФО в школьные программы (внутри первой группы также происходит дробление на целевые аудитории);

- обеспечению стимулов – программы, направленные на стимулирование сбережений среди групп с низким уровнем доходов, обеспечивают стимулы посредством субсидирования (со стороны государства) сбережений, которое осуществляется при обязательном прохождении образовательных процедур адресатом субсидии;

- субъектам реализующим – программы реализуются государственными организациям совместно с отраслевыми компаниями, некоммерческими организациями;

- сферам – с тем или иным акцентом тематика информационных программ охватывает сферу сбережений (в том числе пенсионных), инвестиций, потребительского и ипотечного кредитования, использования кредитных карт;

– характеру программ – программы делятся на образовательные (семинары, тренинги), информирующие (буклеты, брошюры, web-сайты), консультационные (консультирование, ведение переговоров).

Исследование состояния ФО и существующих программ в 28 странах ОЭСР рисует следующую структуру реализуемых программ в разрезе каналов и форм распространения информации на 2005 г.

Анализируя зарубежную практику реализации стратегий и программ в области ФГ и ФО, считаем необходимым выявление общих и отличительных характеристик подходов в Австралии, США, Канаде, Великобритании, Чехии и Корее по следующим критериям:

- 1) ключевые проблемы;
- 2) формы и направления участия государства, уровень централизации;
- 3) наличие (отсутствие) формальной стратегии;
- 4) субъекты реализации стратегии;
- 5) приоритеты и целевые аудитории;
- 6) характеристики программ;
- 7) ФГ населения и защита прав потребителей;
- 8) оценка эффективности программ.

Ключевые проблемы. Во всех рассмотренных странах на уровне государственной политики признается, что низкий уровень ФГ населения создает внешние эффекты, которые не могут быть самостоятельно разрешены рынком.

Общими проблемами для всех рассмотренных стран являются тенденция к росту персонального долга, рост уровня исключенности отдельных групп населения из потребления финансовых услуг и снижение нормы сбережений населения.

В США, Великобритании, Кореи и, в меньшей степени, Канаде особая важность придается проблеме низкого уровня пенсионных накоплений и эффективности управления ими.

В Чехии – стране, пережившей переходный период, сопровождавшийся масштабной трансформацией институциональной среды, специфическими проблемами являются низкий уровень доверия населения к финансовому сектору и недостаточный опыт потребления финансовых услуг.

Формы и направления участия государства, уровень централизации. Участие государства можно оценивать с точки зрения форм и направлений. В качестве возможных форм необходимо выделить:

- создание институциональной среды, регулирующей процесс разработки и реализации информационных программ;
- выполнение функций «центрального агента» (координация действий субъектов, участвующих в реализации стратегии);
- финансирование информационных программ и обеспечение средств для стимулирования адресатов программ (например, субсидирование сбережений);
- самостоятельная реализация государственными органи-

зациями мероприятий, предусмотренных стратегией.

В качестве возможных действий государства можно выделить следующие составляющие «технологической цепочки»:

- проведение (заказ) исследований, направленных на определение приоритетов, целевых групп, каналов передачи информации и т. д.;

- формулировка стратегии и определение субъектов их реализующих;

- реализация информационных программ;

- оценка результатов информационных программ.

Степень централизации (децентрализации) странового подхода можно определить как функцию от формы участия государства и масштаба охвата «технологической цепочки». Наиболее централизованному подходу соответствует осуществление государством функций координации и финансирования реализуемых частным сектором и некоммерческими организациями программ, при самостоятельной реализации государством всех элементов технологической цепочки.

В целом наиболее централизованными оказались подходы Великобритании и США, в меньшей степени Австралии, Канады и Чехии. С точки зрения охвата и уровня координации субъектов стратегии наиболее масштабным и комплексным являются подходы США, Великобритании и Чехии. Причем в случае с Великобританией в меньшей степени распространена практика финансирования государством частных ини-

циатив. Координация действий субъектов стратегии является узким местом в практике Австралии, Канады и Кореи.

Наличие (отсутствие) формальной стратегии. Формальные стратегии, в рамках которых определены направления формирования информационно-образовательных программ, субъекты их реализующие и целевые аудитории, имеют лишь США и Великобритания.

Практика Австралии представляет скорее попытку комплексной реализации программ при отсутствии формальной стратегии, что обуславливает низкий уровень координации действий реализующих программы субъектов.

Канада, Чехия и Корея находятся на начальном этапе формирования, сопровождающемся параллельной реализацией мероприятий по повышению уровня финансовой грамотности.

Субъекты реализации стратегии. Общим для рассмотренных стран является понимание того, что лишь совместные усилия государства, частного сектора и некоммерческих организации позволяют обеспечить максимальный охват с точки зрения адресатов и направлений реализации информационно-образовательных программ, а также необходимую обратную связь и профессиональную поддержку.

Тем не менее масштабы доступа негосударственных организаций к осуществлению исследований, формулировке стратегии (программ), реализации и оценке их результативности варьируют по странам.

Максимальное участие частного сектора и некоммерческих организаций на всех стадиях «технологической цепочки» достигается в США.

В Канаде, Великобритании и Чехии негосударственные организации участвуют в формировании национальной стратегии и реализации ее мероприятий.

В Австралии частные и некоммерческие организации осуществляют исследования в области ФГ и реализуют собственные программы.

В Корее на данном этапе участие некоммерческих организаций сводится к реализации программ.

Приоритеты и целевые аудитории. Общими приоритетами для рассмотренных стран являются:

- кредитование (потребительское, ипотечное);
- сбережения (общие, пенсионные);
- инвестиции.

Кредитование и пенсионные сбережения являются основными приоритетами в США, Великобритании и Корее, в то время как в Австралии, Канаде и Чехии масштаб программ в данном направлении не столь велик.

В Австралии и Великобритании большое внимание уделяется информационно-образовательным программам в области защиты прав потребителей.

Общим критерием выделения целевых групп является возраст адресата программы. Так, программы Кореи и Чехии в основном ориентированны на молодое население.

Для Австралии, США, Великобритании одной из приоритетных аудиторий являются индивиды, исключенные из потребления финансовых услуг.

В США и Канаде выделяются группы по уровню дохода и образования, в Австралии и США – по месту проживания, в Канаде реализуются отдельные программы для учителей старших классов и университетов.

Характеристики программ. *По охвату:* общие программы для широкого круга адресатов и специализированные программы, ориентированные на конкретных адресатов и конкретные направления потребления. Как общие, так и специализированные программы реализуются в США, Великобритании, Канаде и Австралии. В Чехии и Корее преобладают программы общего характера в силу того, что подходы данных стран ориентированы на внедрение элементов ФО в общеобразовательный процесс.

По форме: образовательные (семинары, тренинги), информирующие (буклеты, брошюры, web-сайты), консультационные (консультирование, ведение переговоров). Все указанные формы распространения информации активно используются в рассматриваемых странах. В Австралии, США, Великобритании и Канаде наиболее распространены семинары, курсы и тренинги, а также персонифицированное консультирование.

По обеспечению стимулов: программы, обеспечивающие дополнительные стимулы в виде создания прямых выгод ад-

ресату (например, субсидирование сбережений); программы, не обеспечивающие дополнительных стимулов. Программы, предоставляющие разного рода дополнительные прямые выгоды их адресатам, имеют место в Австралии, США, Канаде и Великобритании. Как правило, данные программы реализуются в области сбережений (например, программа Saver Plus в Австралии) и пенсионного страхования (например, реализуемые в США программы ассоциацией America Saves).

ФГ населения и защита прав потребителей. Инициативы государства в области ФГ населения и защиты прав потребителей являются комплексными. Несмотря на это, координация действий государства и субъектов, реализующих информационно-образовательные программы, предусмотрена не во всех рассматриваемых странах.

В Австралии, Канаде, США информационно-образовательные программы в области защиты прав потребителей осуществляются в координации с формированием стандартов качества информации, раскрываемой поставщиками финансовых услуг, при участии профильных государственных организаций как гарантов исполнения данных стандартов.

Стратегия Великобритании ориентирована прежде всего на информирование потребителей в области защиты их прав и механизмов разрешения споров. В силу того что подходы Чехии и Кореи акцентируют свое внимание на образовании в школах и университетах, координация действий по двум

направлениям не происходит.

Оценка эффективности программ. Ни в одной из исследуемых стран не проводится систематическая оценка эффективности реализуемых программ. Это связано со значительными трудностями такой оценки и отсутствием необходимых статистических данных, позволяющих оценить уровень ФГ на момент начала реализации программы. В некоторых странах (США, Великобритания, Канада) существуют отдельные попытки оценки эффективности программ, направленные на повышение уровня ФГ населения. По характеру оценок их можно разделить на два типа:

1) субъективная оценка степени усвоения информации, целенаправленно доставляемой адресату программы. При этом вопрос о фактическом изменении модели поведения индивидов остается за рамками анализа. Субъективная оценка позволяет определить наилучшую практику изложения информации и использования каналов ее распространения;

2) объективная оценка изменения модели поведения объекта программы. Такая оценка наиболее сложна и имеет ограниченную применимость (в частности, невозможна тогда, когда не удастся вычлнить причины изменения поведения адресата программы). В США и Канаде такая оценка осуществлялась при определении изменения нормы участия и нормы вкладов, нормы сбережений адресатов программ.

По результатам анализа материалов, приведенных во вто-

рой главе настоящего исследования, необходимо отметить, что в настоящее время мероприятия по повышению ФГ на территории РФ носят локальный характер и не приобрели статуса единой глобальной общегосударственной программы, не объединены усилия участников финансового рынка и образовательных учреждений. В связи с чем очевидным является необходимость разработки стратегического плана по внедрению программы ФО в систему единого образовательного стандарта РФ.

Глава 3 Проблемы повышения финансовой грамотности населения

Рост доходов населения в последние шесть – семь лет и развитие рынка финансовых услуг, в первую очередь потребительского кредитования, повышает важность вопросов, связанных с недостатком ФГ значительной части населения. Недоверие людей к финансовым институтам, незнание и неумение правильно пользоваться финансовыми услугами, отсутствие практик планирования бюджета и финансовой культуры в целом, с одной стороны, приводят к недостаточному развитию некоторых сегментов финансовых рынков, а с другой – ограничивает способность людей принимать оптимальные решения по поводу своих финансов.

Сегодня повышение ФГ населения стало приоритетной задачей как для государства, так и для участников рынка. Разрабатываются программы, пишутся учебники, проводятся конференции и круглые столы на эту тему, создаются некоммерческие организации и информационные ресурсы. Однако пока не ясно, насколько само население заинтересовано в повышении собственной ФГ, в каких именно вопросах и в каких социально-демографических группах грамотность наиболее низка, а потребность в знаниях и навыках высока.

Целью данного исследования, проведенного Националь-

ным агентством финансовых исследований (НАФИ) по заказу Всемирного банка, является изучение реального уровня ФГ населения, его знаний и навыков управления личными денежными средствами как в целом по России, так и по отдельным социально-демографическим группам, а также выявление потребности в получении знаний и навыков управления личными финансами.

Методология оценки уровня финансовой грамотности базируется на понятии «финансовая грамотность населения», в структуру которого входят установки, знания и навыки пользования финансовыми инструментами. В данном исследовании был намеренно сделан акцент на измерении установок по отношению к личным финансам в связи с тем, что именно в этом структурном компоненте ФГ, по мнению экспертов, наблюдается наибольшее количество проблем.

Под *установками* мы понимаем практики ведения и планирования семейного бюджета, горизонт финансового планирования, понимание рисков и ответственности за них, практики компенсирования рисков и снижения дохода при выходе на пенсию, ожидания государственной защиты вкладов, инвестиций, кредитов и т. д.

Исследование базируется на сочетании количественных и качественных методов. Массовый опрос был проведен в июне 2008 г. по общероссийской репрезентативной выборке (1600 человек). Анкета обследования, разработанная в тесном сотрудничестве с Заказчиком, включала в себя 40

вопросов, затрагивающих различные аспекты обозначенной темы. В июле 2008 г. было проведено четыре фокус-группы (две – в Москве и две – в г. Волжском Волгоградской области), при этом в каждом городе фокус-группы дифференцировались по возрасту участников – до 35 лет и старше 40 лет соответственно.

Для анализа ФГ в разрезе социально-демографических групп мы сочли необходимым выделить доходные группы (квинтили по среднедушевому доходу) и возрастные группы. При этом группы по возрасту были определены следующим образом:

- молодежь – до 30 лет включительно (таковых по выборке 26 %);
- лица среднего возраста – с 31 года до 44/(49) включительно для женщин (мужчин) соответственно (30 %);
- лица предпенсионного возраста – с 45 до 54 лет (для женщин) и 50–59 лет (для мужчин) (16 %);
- пенсионеры – с 55/(60) лет для женщин (мужчин) соответственно (28 %).

3.1. Практики ведения и планирования бюджета доходов и расходов

По результатам всероссийского опроса населения примерно четверть опрошенных ведут семейный бюджет, фиксируя все расходы и поступления. Еще пятая часть респон-

дентов ведут семейный бюджет, не фиксируя все поступления или расходы.

Значительная часть опрошенных (43 %) не ведут семейного бюджета, но в целом им известен размер их доходов и расходов за месяц. Примерно каждый десятый опрошенный совершенно не отслеживает финансовые потоки в семейном бюджете. Дополнительный анализ показал, что доля людей, не ведущих семейный бюджет, примерно одинакова во всех возрастных и доходных группах.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что чуть более половины населения знает лишь приблизительно (т. е. обобщенно) или не знает совсем о том, как соотносятся их доходы и расходы.

Наиболее склонны к учету средств пенсионеры и малообеспеченные респонденты. Респонденты до 30 лет, а также высокодоходные респонденты, напротив, наиболее склонны не вести семейный бюджет, хотя и отслеживают приблизительно, сколько денег было получено и потрачено за месяц.

При такой практике учета денежных средств у 38 % опрошенных никогда не остаются средства от предыдущих заработков или доходов к моменту поступления новых доходов. При этом у 77 % опрошенных бывали случаи, когда заканчивались деньги от предыдущих заработков или доходов до поступления новых доходов. В том числе почти у трети опрошенных (29 %) деньги до предыдущих заработков всегда или очень часто заканчивались до новых поступлений денежных

средств. Примерно 12 % респондентов приходилось брать деньги в долг, чтобы расплатиться по другим своим долгам.

При этом, как показывает анализ фокус-групп, все участники согласны с тем, что семейное бюджетирование является частью финансовой культуры и позволяет правильно распорядиться средствами в течение месяца.

Для респондентов пенсионного возраста наиболее характерна ситуация, когда у них практически никогда не остается средств до новых поступлений, но при этом редки случаи дефицита семейного бюджета в интервалах между денежными поступлениями. Обратившись к результатам опроса по планированию бюджета, можно сделать вывод о том, что пенсионеры четко планируют свои доходы и расходы внутри периода и в связи с этим почти не сталкиваются с ситуациями излишка или недостатка средств.

В случае когда остаются денежные средства до новых поступлений, респонденты стремятся в первую очередь потратить их на потребление или отложить в наличной валюте (так поступают 47 и 43 % респондентов соответственно). Чуть менее пятой части опрошенных оставляют свободные средства на банковских счетах. Значимых различий в поведении по возрастным и доходным группам не выявлено. Однако среди более обеспеченных респондентов наблюдается более высокая доля тех, кто откладывает свободные средства в наличной форме или оставляет на банковских счетах.

В тех же случаях, когда у респондентов заканчиваются

средства до новых денежных поступлений, чаще всего они уменьшают расходы, экономят, занимают деньги у друзей или знакомых, а также тратят свои сбережения. При этом уменьшение расходов наиболее характерно для низкодоходных групп респондентов.

Для молодых респондентов и пенсионеров в целом не характерно брать в долг, чтобы расплатиться по другим долгам. Такая практика более характерна для представителей предпенсионного возраста. (Надо отметить, что возрастной интервал в 45–60 лет является наиболее ресурсоемким периодом – именно в этот период, как правило, с одной стороны, уже вырастают дети и появляются маленькие внуки, а с другой – стареют родители. И те, и другие нуждаются, как минимум, в дополнительных денежных средствах для ухода за ними.)

Вместе с тем опасности в том, что можно начать испытывать финансовые трудности из-за неправильного обращения с деньгами и неумения планировать свои финансы, люди не видят. Во всяком случае, живой пример такого поворота дел перед глазами есть только у 18 % респондентов, тогда как на потерю финансового благополучия вследствие неудачного стечения обстоятельств указали 35 % опрошенных. Таким образом, более половины населения знают не понаслышке о том, что финансовое благополучие может смениться финансовыми проблемами, однако большинство винит в этом внешние обстоятельства и не отдает себе отчета в том, что

это как раз и свидетельствует о том, что люди оказались финансово не готовы справиться с этими внешними факторами.

3.2. Оценка людьми собственной финансовой грамотности

В ходе проведения опроса респондентам предлагалось самостоятельно, по аналогии со школьной системой оценивания, оценить собственные знания и навыки управления личными денежными средствами. Половина опрошенных оценили свои знания и навыки как неудовлетворительные или полностью отсутствующие. Еще треть респондентов удовлетворена имеющимися у них знаниями и навыками управления личным бюджетом. Примерно каждый десятый высоко оценивает свои знания.

В ходе проведения групповых дискуссий в абсолютном большинстве случаев участники также давали оценку собственной ФГ на уровне ниже среднего, причем значительной разницы в ответах москвичей и жителей г. Волжский выявлено не было. Примечательно, что, давая невысокую оценку собственной финансовой грамотности, некоторые участники убеждены в том, что это норма, а финансовыми знаниями должны обладать скорее профессионалы, нежели рядовые граждане. Эта позиция скорее характерна для молодых респондентов.

...Это есть специалисты, специально этому обученные. Конечно, нужно знать самые азы, но остальное...как бы уже есть такая профессия... [Александр, г. Волжский, 22 года, студент]

...Я тоже считаю, что в основном этим должен заниматься специалист... [Антон, г. Волжский, 23 года, рабочий]

Хотя существует и другая позиция, согласно которой общее представление о финансовых услугах должно формироваться среди всех групп населения – от школьников до пенсионеров. Участники дискуссий также указывали на то, что повышение ФГ происходит у человека параллельно с потребностями в пользовании финансовыми услугами: несмотря на достаточно скромные знания, которые имеются сейчас в этой области, понимание механизма и условий предоставления финансовых услуг не составит труда, если возникнет необходимость в их использовании.

Это в определенной мере так, если учесть, что почти половина населения (44 %) вообще не пользуется никакими финансовыми услугами вследствие существующих барьеров доступа по уровню дохода и возраста. Но верно и обратное. Пользование финансовыми услугами, в первую очередь кредитами, воспитывает более грамотных в финансовом отношении потребителей.

По данным опроса, самооценка личной ФГ пользователей финансовых услуг выше, чем тех, кто ими не пользуется:

40 % оценивают свои знания как удовлетворительные против 25 % соответственно, среди клиентов финансовых учреждений в 1,5 раза выше доля субъективных оценок «отлично» и «хорошо» по ФГ.

3.3. Представления людей об «агентах» ответственности за финансовое благополучие и стратегии компенсирования рисков

Все без исключения участники фокус-групп подчеркивали первостепенную роль государства в достойном *пенсионном обеспечении* граждан. Между тем, видя отношение государства к пенсионерам сегодня, большинство участников дискуссий высказали неуверенность в том, что в будущем государство сможет обеспечить их достаточными средствами. В Москве более взвешенную позицию высказывали участники старшего возраста, которые адекватно оценивают возможности государства и не видят в нем гаранта финансового благополучия людей пенсионного возраста. Они говорили о необходимости задуматься над альтернативными источниками дохода при уходе на пенсию (работа после выхода на пенсию, сдача квартиры, доход от вкладов, помощь детей). Молодые респонденты при этом полностью полагаются на государство, утверждая его первостепенную роль в пенсионном

обеспечении граждан.

В г. Волжском молодые респонденты также дают низкую оценку возможностям государства в части их будущего пенсионного обеспечения, но при этом не ожидают никакой помощи от государства. Отмечают, в частности, что единственной для них возможностью обеспечить себе старость является накопление средств в течение всей жизни. Другие источники средств не рассматривают. При этом остается актуальным вопрос относительно суммы накоплений – при низких текущих доходах и растущей инфляции пенсионные накопления граждан едва ли представляются возможными. Поэтому единственным источником дохода в малом городе при достижении пенсионного возраста респондентами называется только продолжение трудовой деятельности по месту работы. Респонденты более старшего возраста высказали явное опасение относительно достижения пенсионного возраста и крайне негативную оценку действий государства в фактическом финансовом обеспечении пенсионеров, подчеркивая ответственность властных структур за достойную жизнь граждан при уходе на пенсию.

Для того чтобы понять представления людей об ответственности за риски, связанные с использованием различными *финансовыми услугами*, респондентам (как в ходе массового опроса, так и на фокус-группах) предлагалось ответить на ряд вопросов, касающихся случаев, когда государство должно возмещать убытки граждан.

Респондентам предлагалось выбрать сумму, на которую застрахованы банковские вклады и инвестиционные вложения населения. Обращает на себя внимание, что эти вопросы вызвали наибольшие затруднения при ответе: на вопрос о страховании банковских вкладов затруднились ответить 58 %, а на вопрос об инвестиционных вложениях – 71 % (среди лиц пенсионного возраста таковых 67 % и 80 % соответственно). При этом закономерно, что с ростом личных денежных доходов возрастает и грамотность в этих вопросах. Следует обратить внимание на 8 % молодежи, полагающей, что государство страхует все вклады без ограничений. Безусловно, это проявление незнания вопроса, но также может и косвенно свидетельствовать об определенных патерналистских настроениях, распространенных среди части молодежи.

Далее респондентам предлагалось выбрать, в каких случаях государство должно возмещать гражданам убытки от потерь вложений на финансовом рынке. Более половины респондентов считают, что государство должно покрывать убытки граждан в случаях, когда банк становится банкротом. Еще 15 % опрошенных уверены, что государство должно возмещать убытки от вложений в паевые инвестиционные фонды (ПИФы), если рыночная стоимость паев вследствие изменения конъюнктуры резко упала. Кроме того, 16 % респондентов вменяют государству в обязанность возмещать стоимость квартиры или дачи, если они потеряли в цене в

тот момент, когда необходимо продать. Таким образом, говорить о преобладании патерналистских настроений в отношении инвестиций нельзя.

Тем не менее следует обратить внимание на то, что среди молодых (до 30 лет включительно) наблюдается более высокая доля тех, кто считает, что государство должно возмещать убытки людям вследствие банкротства банка, а также и в случае падения рыночной стоимости квартиры или дачи. Иными словами, ответственность за личные финансовые риски и инвестиционные вложения в данном случае переносится на государственные институты.

Рассматривая случай потери источников дохода при выплате оформленного кредита, молодые участники групповых дискуссий отвечали, что единственный выход здесь – всегда иметь возможность найти подработку, дополнительный источник средств. Респонденты из старшей группы утверждали, что оформления кредита в принципе лучше избегать из-за необоснованно высоких процентов. Если в Москве на таких фокус-группах участники и допускали возможность получения кредита в банке, то лишь на короткий срок и на сумму, которую можно при любых обстоятельствах вернуть банку:

...Когда берется кредит, то стараешься его скорее выплатить, чтобы меньше переплатить! Мы досрочно его погасили – взяли на пять лет со страховкой, а выплатили за год [Татьяна, г. Москва, 28 лет]

...Конечно, прежде, чем взять крупную сумму, то нужно быть уверенной в своих возможностях!... [Юлия, г. Москва, 21 год]

Показательно, хотя и не распространено мнение одного из участников фокус-группы:

...Считаю, если ты берешь кредит на большую сумму денег, то надо не полениться и нанять юриста со своей стороны, чтобы проверить договор, ну, если хочешь взять небольшой потребительский кредит, то лучше зайти и занять деньги у соседа! [Владимир, г. Москва, 35 лет]

В г. Волжском участники высказали настороженное отношение к банковским кредитам, называя лучшим способом срочного привлечения денег – заем у друзей и знакомых.

...Да, можно занять да, если уж там совсем, но обычно я обхожусь сам, своими средствами... [Андрей, г. Волжский, 23 года]

...Мне проще, как бы занять у знакомых, друзей, там не обязательно под проценты... [Александр, г. Волжский, 22 года]

Если говорить в целом по вопросам об ответственности за риски, связанные с использованием различными финансовыми услугами, то большинство участников фокус-групп нехотя соглашались, что ответственность за возможные непредвиденные потери, если они связаны с непониманием условий договора, невнимательным его изучением при подписании, должен нести сам человек. Но если банк делает все воз-

можно для того, чтобы ввести человека в заблуждение, то государство должно со своей стороны принудить банк делать соответствующие документы более понятными и доступными для понимания:

...В принципе, банк должен тоже отвечать! Банк должен составлять договор на нормальном доступном языке для обычного человека, чтобы там все было написано обычными словами, а не профессиональными терминами...
[Иван, г. Москва, 25 лет]

...Я считаю, что человек, банк и государство должны быть ответственными, чтобы над банком тоже кто-то был, а так получается, что банк что хочет, то и делает, так даже, в принципе, и пожаловаться некому!.. [Наташа, г. Москва, 35 лет]

...На государстве лежит ответственность тогда, когда я подписываю договор с банком, а потом там обнаруживаются какие-то скрытые проценты, о которых не был поставлен в известность потребитель, тогда надо ввести такую практику, чтобы государство могло отобрать у этого банка лицензию, думаю, тогда не будет желания у банка обманывать! Или государство должно покрыть финансовые расходы заемщика!.. [Владимир, г. Москва, 35 лет]

3.4. Финансовая информация: источники и приоритеты

Большинство людей в той или иной степени следят за финансовой информацией. Всего треть респондентов сообщили, что никакие тенденции на финансовых рынках не отслеживают. Чаще всего опрошенные респонденты сообщают, что отслеживают изменение уровня инфляции в стране (41 %) и изменения в размере государственных пенсий, пособий, налогов (28 %). Следят за изменениями в уровне процентных ставок по кредитам 9 % опрошенных, по вкладам – 7 %. При этом опрос показал, что 39 % респондентов знают о том, что банки в настоящее время обязаны раскрывать полную стоимость кредита.

Столь высокая доля людей, следящих за изменениями в уровне инфляции и размере государственных пенсий, пособий (социально значимые проблемы, которые часто упоминаются в СМИ), а также высокая доля информированных о недавнем нововведении в законодательстве об обязательном раскрытии полной стоимости кредита (которое еще недавно было центром внимания деловых СМИ) на фоне общей низкой заинтересованности в информации о кредитах может объясняться следующим. Можно предположить, что информированность о процессах на финансовых рынках является пассивной – людям известно о тех событиях, которые широ-

ко обсуждаются в СМИ, сами люди редко проявляют активный интерес к событиям финансовой сферы:

...Мне кажется, чтобы следить, надо понимать все это! Я новости постоянно слушаю, там говорят и об экономике, о курсе доллара и евро, но я все равно в этом ничего не понимаю! Говорят, скажем, что на финансовом рынке поднялись те да те акции, но мне все равно, для меня это бессмысленно! [Наталья, г. Москва, 35 лет]

...Мне кажется, пока не понадобится кредит в банке, то без разницы какая там ситуация на рынке! [Иван, г. Москва, 25 лет]

Наиболее часто информацию о событиях в финансовой сфере опрошенные получают из газет, журналов, ТВ-передач, специализирующихся на финансовой тематике (81 % опрошенных). При этом на фокус-группах отмечалось, что зачастую получаемая информация носит поверхностный характер, транслируется сложным языком и представляется в неинтересной форме. Еще примерно треть получают информацию такого рода от друзей и знакомых. Следует обратить внимание на то, что когда дело доходит до реального выбора компании, в которой следует приобрести нужную финансовую услугу, респонденты в первую очередь обращаются к советам друзей и знакомых (так поступает половина опрошенных).

Примерно треть респондентов обращаются в таких случаях к консультантам, работающим в компаниях, предостав-

ляющих нужную респонденту услугу. А вот к материалам, публикуемым в средствах массовой информации, в ситуации выбора компании обратится уже только каждый десятый опрошенный.

При выборе банка для получения кредита респонденты считают, что в первую очередь необходимо обращать внимание на известность банка и его надежность (46 %), а также на процентную ставку по кредиту (37 %).

Весьма показательны *приоритеты* людей в темах, о которых они хотели бы узнать больше в курсе финансового обучения.

Наиболее часто опрошенные указывали на *законы*, защищающие права потребителей, а также правила поведения в случае необходимости защитить свои нарушенные права (заинтересованность в этой теме высказали треть опрошенных). Действительно, в плане законодательной базы на финансовом рынке еще много «белых пятен» – это касается и потребительского кредитования, и банкротства физических лиц и т. д. Характерно мнение одной из участницы фокус-групп:

Закон «О защите прав потребителя» работает, я в магазин все без проблем сдаю обратно, деньги спокойно возвращают, а вот с банками как быть, ну, я не знаю, куда звонить при нарушениях, что делать! [Наталья, г. Москва, 35 лет]

...Скажем, если что-то не так за коммунальные услуги

подсчитали, то на пейджер Лужкова скидываем сообщение, а завтра уже все будет исправлено, а вот насчет банковских услуг я не знаю! Банк получается отдельным государством в государстве! [Лариса, г. Москва, 49 лет]

По данным массового опроса, в ситуации конфликта с финансовыми организациями на предмет качества предоставляемых услуг половина респондентов не уверены в быстром и справедливом разрешении спора. Уверены в разрешении спора только 7 % опрошенных.

В течение последних пяти лет примерно каждому десятому респонденту случалось покупать финансовую услугу, о покупке которой потом сожалели, поскольку она не отвечала потребностям. При этом чаще всего такой услугой был потребительский кредит. На вопрос о том, что респонденты делали в случае обнаружения несоответствия услуги ожиданиям, чаще всего опрошенные отвечали, что они ничего не предпринимали.

Высокая заинтересованность была проявлена по отношению к *пенсии системе*, стратегиям сбережений на старость (об этом хотели бы знать четверть респондентов).

Четверть опрошенных хотели бы знать, что нужно делать, *чтобы не увязнуть в слишком больших долгах* при пользовании кредитами.

Анализ ответов респондентов по возрастным группам показал, что более молодые респонденты (до 30 лет), помимо законов о защите прав потребителей и способах преодо-

ления больших долгов при пользовании кредитами, наиболее заинтересованы в планировании долгосрочных покупок и информации по ипотеке. А устройство пенсионной системы для них не столь актуально, как для других возрастных групп. Хотя в ходе одной из молодежных фокус-групп одной из участниц, не интересовавшейся пенсионной темой, оказалось достаточно того обсуждения, которое состоялось во время проведения фокус-группы, чтобы изменить свою точку зрения и заинтересоваться этим вопросом.

Примерно четверть опрошенных сообщили, что их не интересует никакая из предложенных тем. Среди относительно обеспеченных семей доля не интересующихся ниже и составляет около 16 %. Помимо указанных выше тем высокодоходные респонденты также хотели бы знать больше о планировании долгосрочных покупок и о том, на какую информацию потребитель должен обращать внимание при подписании договоров с банками и другими финансовыми компаниями.

3.5. Кто должен заниматься повышением финансовой грамотности населения?

По мнению респондентов, повышением ФГ населения в первую очередь должны заниматься государственные организации, регулирующие финансовые рынки (так считают

26 %), и независимые финансовые консультанты (22 %), которые смогли бы обеспечить максимально объективное и непредвзятое отношение к потребителям по интересующим вопросам.

В принципе в качестве учителей могли бы выступать и работники высших учебных заведений соответствующего профиля (на это указали 17 % респондентов), хотя у части людей есть и определенные сомнения: *...Это зависит от того, насколько сами педагоги заинтересованы в своем профессиональном росте, может быть, он выучился и идет по одной и той же протоптанной дорожке* [Ирина, г. Москва, 24 года]

В любом случае, по мнению людей, такими учителями не должны быть представители финансовых институтов (коммерческих банков, инвестиционных компаний, поскольку они «заинтересованные участники»), СМИ («журналисты также заинтересованы»), а вот к неправительственным некоммерческим организациям отношение неоднозначное вследствие малой их известности, но тень недоверия также существуют:

...Ну, скажем неправительственные организации, ведь там же могут быть сотрудники коммерческих банков, поэтому есть заинтересованность [Сергей, г. Москва, 40 лет]

...Некоммерческие организации необязательно не являются заинтересованными, поскольку неизвестно, кто их финансирует! [Владимир, г. Москва, 35 лет].

3.6. Тесты на финансовую математику

По окончании фокус-групповых дискуссий участникам предлагалось решить несколько задач: рассчитать доходность различных вкладов, суммы выплат по кредиту и т. д. Особое затруднение у респондентов вызвала задача расчета годовой процентной ставки по кредиту, при выплате суммы долга ежемесячно, равными частями. Очень часто этот вопрос является одним из «подводных камней» при работе клиентов с банками, правильного ответа на него не дал ни один из участников фокус-группы. По результатам массового опроса верно на него ответили 12 % респондентов. Если же говорить о картине в целом, то 19 % респондентов верно ответили на пять или все шесть вопросов теста. Если учесть, что задачи тестов были совсем несложными (можно даже назвать их финансовой арифметикой), то надо признать, что приведенная выше цифра – это скорее плохо, чем хорошо. Четверть респондентов, давшие один или вообще ни одного правильного ответа на вопросы тестов, обладают и вовсе неудовлетворительными знаниями. Более половины (55 %) справились с двумя – четырьмя тестовыми задачами.

Предстает закономерным, что уровень элементарной подготовки выше среди тех лиц, кто пользуется какими-либо финансовыми услугами, – 82 % из них продемонстрировали относительно удовлетворительные (правильные ответы на

два – четыре теста) и хорошие (пять – шесть правильных ответов) знания.

Основные выводы исследования. Уровень финансовой грамотности россиян пока не столь высок, причем проблемы связаны не только с отсутствием знаний и навыков пользования финансовыми инструментами, но и с установками относительно собственных финансов: нет долгосрочного финансового планирования, особенно в области пенсионных накоплений, нет понимания индивидуальной ответственности за принятие финансовых решений, присутствует излишний патернализм, при этом половина населения не ведет бюджета своих доходов и расходов, практически никто не читает договоров при их подписании и т. п. Надежду дает то, что люди ощущают потребность в повышении своего уровня ФГ, причем именно в тех вопросах, которые выявлены как проблемные: защита потребительских прав, пенсионные накопления, планирование бюджета доходов и расходов при использовании банковских кредитов. Так что если государственная программа повышения финансовой грамотности будет разработана и принята, то можно ожидать, что населением ее мероприятия будут востребованы.

Глава 4 О мерах государственной поддержки семей, имеющих детей

В целях создания условий, обеспечивающих семьям, имеющим детей, достойную жизнь, принят Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей». Данным законом установлены дополнительные меры государственной поддержки этих семей, обеспечивающие возможность улучшения жилищных условий, получения образования, а также повышения уровня пенсионного обеспечения.

Нормы Закона № 256-ФЗ применяются к правоотношениям, возникшим в связи с рождением (усыновлением) ребенка (детей) в период с 1 января 2007 г. по 31 декабря 2016 г.

Право на дополнительные меры государственной поддержки возникает при рождении (усыновлении) ребенка (детей), имеющего гражданство Российской Федерации, у следующих граждан Российской Федерации независимо от места их жительства:

- 1) женщин, родивших (усыновивших) второго ребенка начиная с 1 января 2007 г.;
- 2) женщин, родивших (усыновивших) третьего ребенка или последующих детей начиная с 1 января 2007 г., если ранее они не воспользовались правом на дополнительные меры государственной поддержки;

3) мужчин, являющихся единственными усыновителями второго, третьего ребенка или последующих детей, ранее не воспользовавшихся правом на дополнительные меры государственной поддержки, если решение суда об усыновлении вступило в законную силу, начиная с 1 января 2007 г.

В случаях смерти первоначального обладателя, объявления его умершим, лишения его родительских прав в отношении ребенка (отмены усыновления ребенка), в связи с рождением (усыновлением) которого возникло это право, совершения им в отношении своего ребенка (детей) умышленного преступления, относящегося к преступлениям против личности, право на дополнительные меры государственной поддержки возникнет у лица, определенного Законом № 256-ФЗ, а именно у отца (усыновителя) ребенка или самого ребенка (детей в равных долях), не достигшего совершеннолетия, и (или) совершеннолетнего ребенка (детей в равных долях), обучающегося по очной форме обучения в образовательном учреждении (за исключением образовательного учреждения дополнительного образования) до окончания такого обучения, но не дольше чем до достижения им возраста 23 лет.

Сертификат на материнский (семейный) капитал. На реализацию дополнительных мер государственной поддержки выделяются средства федерального бюджета, которые передаются в бюджет Пенсионного фонда Российской Федерации. В Законе № 256-ФЗ эти средства названы «материн-

ским (семейным) капиталом».

Материнский (семейный) капитал устанавливается в размере 250 000 руб.

Размер материнского (семейного) капитала ежегодно пересматривается с учетом темпов роста инфляции и устанавливается федеральным законом о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год.

Ежегодно не позднее 1 сентября текущего года Пенсионный фонд РФ информирует лиц, получивших сертификат, о размере материнского (семейного) капитала либо в случае распоряжения частью материнского (семейного) капитала – о размере его оставшейся части.

Право на дополнительные меры государственной поддержки подтверждается именным документом – государственным сертификатом на материнский (семейный) капитал, выдаваемым территориальным органом Пенсионного фонда РФ.

Для получения сертификата лица, у которых в соответствии с Законом № 256-ФЗ возникло право на дополнительные меры государственной поддержки, или их законные представители в любое время после возникновения такого права могут обратиться в территориальный орган Пенсионного фонда РФ с соответствующим заявлением. К заявлению должны быть приложены все необходимые документы (их копии, заверенные в установленном законом порядке).

По достижении ребенком (детьми) совершеннолетия ли-

бо по приобретении им (ими) дееспособности в полном объеме до достижения совершеннолетия законные представители обязаны передать сертификат ребенку (детям).

Правила подачи заявления о выдаче сертификата, а также форма сертификата установлены Постановлением Правительства РФ от 30 декабря 2006 г. № 873 «О порядке выдачи государственного сертификата на материнский (семейный) капитал».

Решение о выдаче либо об отказе в выдаче сертификата выносится территориальным органом Пенсионного фонда РФ в месячный срок с даты приема заявления о выдаче сертификата.

Основаниями для отказа в удовлетворении заявления о выдаче сертификата являются:

- 1) отсутствие права на дополнительные меры государственной поддержки в соответствии с Законом № 256-ФЗ;
- 2) прекращение права на дополнительные меры государственной поддержки по основаниям, установленным Законом № 256-ФЗ;
- 3) представление недостоверных сведений, в том числе сведений об очередности рождения (усыновления) и (или) о гражданстве ребенка, в связи с рождением (усыновлением) которого возникает право на дополнительные меры государственной поддержки;
- 4) прекращение права на дополнительные меры государственной поддержки в связи с использованием средств мате-

ринского (семейного) капитала в полном объеме.

Решение об отказе в удовлетворении заявления о выдаче сертификата может быть обжаловано в вышестоящий орган Пенсионного фонда РФ (Минфин России) или в установленном порядке в суд.

Лица, подавшие заявление о выдаче сертификата, несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации за достоверность сведений, содержащихся в представляемых ими документах.

Распоряжение средствами материнского (семейного) капитала. Лица, получившие сертификат, могут распоряжаться средствами материнского (семейного) капитала в полном объеме либо по частям по любому одному или одновременно нескольким предусмотренным Законом № 256-ФЗ направлениям:

- 1) улучшение жилищных условий;
- 2) получение образования ребенком (детьми);
- 3) формирование накопительной части трудовой пенсии для женщин, родивших (усыновивших) второго ребенка, начиная с 1 января 2007 г. (или третьих и последующих детей с этой же даты, если они ранее не воспользовались правом на дополнительные меры государственной поддержки).

Распоряжение средствами материнского (семейного) капитала осуществляется не ранее чем по истечении трех лет со дня рождения (усыновления) второго, третьего ребенка или последующих детей, путем подачи в территориальный

орган Пенсионного фонда Российской Федерации заявления о распоряжении средствами материнского (семейного) капитала.

Распоряжение средствами материнского (семейного) капитала ребенка (детей), имеющего(их) право на дополнительные меры государственной поддержки в соответствии с Законом № 256-ФЗ, осуществляется усыновителями, опекунами (попечителями) или приемными родителями ребенка (детей) с предварительного разрешения органа опеки и попечительства или самим ребенком (детьми) по достижении им (ими) совершеннолетия или приобретения им (ими) дееспособности в полном объеме до достижения совершеннолетия. Заявление о распоряжении может быть подано усыновителями, опекунами (попечителями) или приемными родителями ребенка (детей) не ранее чем по истечении трех лет со дня рождения ребенка. Если право на дополнительные меры государственной поддержки возникло в связи с усыновлением данного ребенка, заявление о распоряжении может быть подано не ранее чем по истечении трех лет после указанной даты.

Распоряжение средствами материнского (семейного) капитала, право на который возникло у ребенка (детей), оставшегося (оставшихся) без попечения родителей и находящегося (находящихся) в учреждении для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, осуществляется ребенком (детьми) не ранее достижения им (ими) совершеннолетия.

нолетия либо приобретения им (ими) дееспособности в полном объеме до достижения совершеннолетия.

Заявление о распоряжении может быть подано в любое время по истечении двух лет и шести месяцев со дня рождения (усыновления) второго, третьего ребенка или последующих детей, но не позднее 1 мая текущего года для распоряжения средствами (частью средств) материнского (семейного) капитала во втором полугодии текущего года или не позднее 1 октября текущего года для распоряжения средствами (частью средств) материнского (семейного) капитала в первом полугодии года, следующего за годом подачи заявления о распоряжении.

Заявление должно заполняться лицами, получившими государственный сертификат на материнский капитал, лично либо через представителя в территориальном органе Пенсионного фонда РФ по месту жительства или пребывания либо фактического проживания.

К заявлению прилагаются все необходимые документы. Граждане Российской Федерации, выехавшие на постоянное место жительства за пределы территории Российской Федерации и не имеющие подтвержденного регистрацией места жительства или пребывания на территории Российской Федерации, подают заявление о распоряжении со всеми необходимыми документами непосредственно в Пенсионный фонд РФ.

Правила подачи заявления о распоряжении средствами

(частью средств) материнского (семейного) капитала утверждены приказом Минздравсоцразвития России от 26 декабря 2008 г. № 779н «Об утверждении Правил подачи заявления о распоряжении средствами (частью средств) материнского (семейного) капитала».

Заявление о распоряжении должно быть рассмотрено территориальным органом Пенсионного фонда РФ в месячный срок с даты его приема со всеми необходимыми документами (их копиями, заверенными в установленном законом порядке). По результатам рассмотрения выносится решение об удовлетворении или отказе в удовлетворении заявления о распоряжении.

В удовлетворении заявления о распоряжении может быть отказано в случае:

- 1) прекращения права на дополнительные меры государственной поддержки;
- 2) нарушения установленного порядка подачи заявления о распоряжении;
- 3) указания в заявлении о распоряжении направления использования средств (части средств) материнского (семейного) капитала, не предусмотренного Законом № 256-ФЗ;
- 4) указания в заявлении о распоряжении суммы (ее частей в совокупности), превышающей полный объем средств материнского (семейного) капитала, распорядиться которым вправе лицо, подавшее заявление о распоряжении;
- 5) ограничения лица, обладающего правом на дополни-

тельные меры государственной поддержки, в родительских правах в отношении ребенка, в связи с рождением которого возникло такое право, на дату вынесения решения по заявлению о распоряжении, поданному указанным лицом (до момента отмены ограничения в родительских правах в установленном порядке);

б) отобрания ребенка, в связи с рождением которого возникло право на дополнительные меры государственной поддержки, у лица, обладающего правом на дополнительные меры государственной поддержки, в порядке, предусмотренном Семейным кодексом Российской Федерации (на период отобрания ребенка).

Территориальный орган Пенсионного фонда РФ направляет лицу, подавшему заявление о распоряжении, уведомление об удовлетворении или отказе в удовлетворении его заявления с указанием основания принятия такого решения, которое может быть обжаловано в вышестоящий орган Пенсионного фонда РФ (Минфин России) или в установленном порядке в суд.

В случае распоряжения в полном объеме средствами материнского (семейного) капитала лицами, получившими сертификат, территориальный орган Пенсионного фонда РФ должен уведомить данных лиц о прекращении права на дополнительные меры государственной поддержки.

Направление средств материнского (семейного) капитала на улучшение жилищных условий. При улучшении жи-

лищных условий путем приобретения (строительства) жилого помещения, осуществляемого гражданами посредством совершения любых не противоречащих закону сделок и участия в обязательствах (включая участие в жилищных, жилищно-строительных и жилищных накопительных кооперативах), материнский (семейный) капитал может быть направлен в безналичном порядке организации, осуществляющей отчуждение (строительство) приобретаемого (строящегося) жилого помещения, либо физическому лицу, осуществляющему отчуждение приобретаемого жилого помещения, либо организации, в том числе кредитной, предоставившей по кредитному договору (договору займа) денежные средства на указанные цели.

Средства (часть средств) материнского (семейного) капитала могут быть использованы на исполнение связанных с улучшением жилищных условий обязательств, возникших до даты приобретения права на дополнительные меры государственной поддержки.

Обязательные условия использования средств материнского (семейного) капитала на улучшение жилищных условий:

- приобретаемое с использованием средств (части средств) материнского (семейного) капитала жилое помещение должно находиться на территории Российской Федерации;
- жилое помещение, приобретенное с использованием

средств (части средств) материнского (семейного) капитала, оформляется в общую собственность родителей, детей (в том числе первого, второго, третьего ребенка и последующих детей) и иных совместно проживающих с ними членов семьи с определением размера долей по соглашению.

Правила направления средств (части средств) материнского (семейного) капитала на улучшение жилищных условий установлены постановлением Правительства РФ от 12 декабря 2007 г. № 862 «О Правилах направления средств (части средств) материнского (семейного) капитала на улучшение жилищных условий».

С недавнего времени вступила в действие антикризисная норма Закона № 256-ФЗ, предусматривающая право досрочного (т. е. независимо от срока, истекшего со дня рождения (усыновления) второго, третьего ребенка или последующих детей) распоряжения средствами (частью средств) материнского (семейного) капитала путем их направления на погашение основного долга и уплату процентов по кредитам или займам на приобретение (строительство) жилого помещения, включая ипотечные кредиты, предоставленным гражданам по кредитному договору (договору займа), заключенному с организацией, в том числе кредитной организацией, по 31 декабря 2010 г. включительно.

Соответствующее заявление о распоряжении необходимо подать в территориальный орган Пенсионного фонда РФ. При этом Пенсионный фонд РФ осуществляет перевод

средств (части средств) материнского (семейного) капитала не позднее чем через два месяца с даты вынесения территориальным органом Пенсионного фонда РФ решения об удовлетворении заявления о распоряжении.

Средства (часть средств) материнского (семейного) капитала, поступившие в банк от территориального органа Пенсионного фонда РФ, должны направляться на погашение основного долга и уплату процентов по кредитам одновременно и в полном объеме, что обусловлено их целевым использованием. Если в соответствии с условиями кредитного договора кредит предоставлен в иностранной валюте, то средства (часть средств) материнского (семейного) капитала, поступившие в банк от территориального органа Пенсионного фонда РФ, конвертируются банком по официальному курсу Банка России соответствующей иностранной валюты по отношению к рублю на дату их поступления.

Правила направления средств (части средств) материнского (семейного) капитала на погашение основного долга и уплату процентов по кредитам предусмотрены в Правилах направления средств (части средств) материнского (семейного) капитала на улучшение жилищных условий (постановление Правительства РФ от 12 декабря 2007 г. № 862).

Направление средств материнского (семейного) капитала на получение образования ребенком (детьми). Средства (часть средств) материнского (семейного) капитала могут быть направлены на получение образования ребенком

(детьми) в любом образовательном учреждении на территории Российской Федерации, имеющем право на оказание соответствующих образовательных услуг, для целей:

1) оплаты платных образовательных услуг, оказываемых государственными и муниципальными образовательными учреждениями;

2) оплаты образовательных услуг, оказываемых негосударственными образовательными учреждениями, получившими соответствующую лицензию в установленном порядке и имеющими государственную аккредитацию;

3) оплаты иных связанных с получением образования, например, на оплату проживания в общежитии, расходов, перечень которых устанавливается Правительством РФ.

Средства (часть средств) материнского (семейного) капитала могут быть направлены на получение образования как родным ребенком (детьми), так и усыновленным (усыновленными), в том числе первым, вторым, третьим ребенком и (или) последующими детьми. Возраст ребенка, на получение образования которого могут быть направлены средства (часть средств) материнского (семейного) капитала, на дату начала обучения по соответствующей образовательной программе не должен превышать 25 лет.

Правила направления средств (части средств) материнского (семейного) капитала на получение образования ребенком (детьми) установлены постановлением Правительства РФ от 24 декабря 2007 г. № 926 «Об утверждении

Правил направления средств (части средств) материнского (семейного) капитала на получение образования ребенком (детьми) и осуществление иных связанных с получением образования ребенком (детьми) расходов».

Направление средств материнского (семейного) капитала на формирование накопительной части трудовой пенсии. Средства (часть средств) материнского (семейного) капитала представленные женщинам, родившим (усыновившим) второго ребенка, начиная с 1 января 2007 г. (или третьих и последующих детей с этой же даты, если они ранее не воспользовались правом на дополнительные меры государственной поддержки), могут направляться на формирование накопительной части трудовой пенсии в соответствии с Федеральным законом от 17 декабря 2001 г. № 173-ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации», Федеральным законом от 24 июля 2002 г. № 111-ФЗ «Об инвестировании средств для финансирования накопительной части трудовой пенсии в Российской Федерации» и Федеральным законом от 7 мая 1998 г. № 75-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах».

Женщины, выбравшие направление средств (части средств) материнского (семейного) капитала на формирование накопительной части трудовой пенсии, до дня назначения накопительной части трудовой пенсии вправе отказаться от использования средств (части средств) по указанному направлению при условии осуществления их использования

по иным направлениям, предусмотренным Законом № 256-ФЗ.

Правила отказа от направления средств (части средств) материнского (семейного) капитала на формирование накопительной части трудовой пенсии устанавливаются уполномоченным Правительством РФ федеральным органом исполнительной власти.

Женщины, не принявшие решение о распоряжении средствами (частью средств) материнского (семейного) капитала, вправе при назначении накопительной части трудовой пенсии учесть средства (часть средств) материнского (семейного) капитала в составе пенсионных накоплений.

Вопросы налогообложения. Средства материнского (семейного) капитала облагаются налогом на доходы физических лиц (НДФЛ) (п. 34 ст. 217 Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ)).

Однако в случае, если за счет средств материнского (семейного) капитала будет производиться оплата обучения ребенка или улучшение жилищных условий, нельзя будет использовать соответственно социальный налоговый вычет на обучение (подп. 2 п. 1 ст. 219 НК РФ) или имущественный налоговый вычет на приобретение жилья, новое строительство (подп. 2 п. 1 ст. 220 НК РФ).

Для получения консультаций по вопросам реализации права на дополнительные меры государственной поддержки, в том числе использования средств (части средств) материн-

ского (семейного) капитала можно обратиться в территориальный орган Пенсионного фонда РФ по месту жительства или непосредственно в Пенсионный фонд РФ.

Раздел II Гид по финансовым услугам

Глава 5 Какой банк выбрать

У любого потенциального клиента банка возникает вопрос: «Какой банк выбрать?», на многих интернет-форумах нередко можно встретить обсуждение, где оформить платежную карту или разместить вклад, какой банк предоставляет наиболее выгодные потребительские кредиты или кредитные карты. Этот же вопрос приходится слышать от друзей, знакомых, родственников. Давайте попробуем разобраться наиболее важные факторы выбора банка.

На тех же интернет-форумах обычно начинается обсуждение условий, тарифов и качества предоставления различных услуг, на наш же взгляд эти факторы важные, но не основополагающие. Мы попытаемся отсортировать по значимости условия выбора банка:

- 1) месторасположение и график работы офиса банка;
- 2) надежность банка;
- 3) разветвленность инфраструктуры;
- 4) удобство и качество предоставление услуг;
- 5) тарифы и ставки;

б) полнота продуктовой корзины и наличие дополнительных услуг.

Месторасположение и график работы офиса банка. Месторасположение офиса – наиболее важный для потребителя параметр при выборе банка. Даже при желании открыть вклад на небольшую сумму, более важный, чем надежность банка, почему – мы объясним при описании параметра надежности. Выбирая банк, в первую очередь следует обратить внимание на банки, офисы которых находятся рядом с домом, работой или по дороге из дома на работу и обратно, а также на график работы офиса. Большинство банков, беря курс на развитие розницы, устанавливают продленный график работы офисов, работающих с физическими лицами. Более того, некоторые банки начинают работать в выходные дни и (или) организовывать круглосуточные зоны самообслуживания в своих офисах. Вы можете выбрать банк, который предлагает наиболее выгодные условия обслуживания кредитной карты, размещения вклада или кредитования, но если этот банк расположен далеко, то потеряете массу времени и соответственно денег, которые могли бы заработать, вместо того чтобы добираться до банка. Есть ли необходимость экономить несколько десятков долларов в год, превращая каждый поход в банк в отгул на работе или просто долгую поездку, а если есть необходимость срочно снять деньги с депозита или счета, пополнить карту перед поездкой или оплатить кредит, а банк к моменту, когда

вы до него доберетесь, уже не будет работать? Эти неудобства затмят все остальные достоинства кредитной организации и могут доставить значительные проблемы, которых можно избежать, выбрав более доступный банк. Также обратите внимание на график работы, если банк работает с физическими лицами только по рабочим дням с 9-00 до 18-00, то как вам, работающему по аналогичному графику, удастся до него добраться? Идеальным вариантом будет банк, расположенный около дома, обслуживающий клиентов до 20-00 или 21-00, включая выходные или хотя бы субботу. В настоящее время высокая концентрация банковских офисов наблюдается в центральной части Москвы, они расположены в местах с наиболее высоким людским трафиком: крупные транспортные артерии, узловые станции метро, деловые и торговые центры. Естественно, что благодаря такому месторасположению загруженность банковских офисов неравномерная и существуют значительные пики посещений в обеденное время, утром и вечером, приводящие к очередям. Поэтому даже офис, расположенный рядом с местом работы, может оказаться неудобным в связи с необходимостью длительного ожидания в очереди в наиболее посещаемое время. В остальное время офисы не полностью загружены и часто простаивают в ожидании клиентов. В спальных районах, наоборот, наблюдается нехватка банковских учреждений, предоставляющих розничные услуги и в течение некоторого времени этот перекос сохранится, пока крупные кре-

дитные организации не начнут охватывать сеть отделений спальные районы. Но уже сейчас стоит обратить внимание на банк рядом с домом, возможно, он удовлетворит вас с точки зрения удобства и доступности, а также спектра предоставляемых услуг.

Месторасположение и график работы банка, наиболее важны при получении кредитных услуг, а также размещения не очень большого депозита, находящегося в рамках суммы подпадающей под систему страхования вкладов. Естественно, если сумма размещаемых средств значительна для клиента и превышает сумму, застрахованную в рамках системы страхования вкладов, то надежность банка становится первоочередным фактором, а удобство расположения его офисов вторичным.

Надежность банка наиболее волнует вкладчиков банков, размещающих значительные суммы. В настоящее время ситуация с надежностью вкладов в банках значительно улучшилась за счет системы страхования вкладов, регламентируемой Федеральным законом от 23 декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» и другими нормативными документами. Текст указанного закона приведен в приложении 1 к настоящей книге. Банки, прошедшие в систему страхования вкладов, разместили в своих офисах, на рекламных и информационных материалах знак «Вклады застрахованы. Система страхования вкладов», который стал своеобразным знаком

качества банка (рис. 5.1).



Рис. 5.1. Логотип «Вклады застрахованы»

Все банки, имеющие право работать с физическими лицами, прошли проверку Банком России для включения в эту систему, но вошли в нее далеко не все банки. Не прошедшие отбор банки прекратили работу с физическими лицами по привлечению денежных средств. В целях обеспече-

ния системы страхования вкладов в январе 2004 г. на основании Федерального закона от 23 декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» было создано Агентство по страхованию вкладов. 27 октября 2008 г. был принят Федеральный закон № 175-ФЗ «О дополнительных мерах для укрепления стабильности банковской системы в период до 31 декабря 2011 года», согласно которому Агентство было наделено еще и функциями по финансовому оздоровлению банков. Агентство осуществляет выплату вкладчикам возмещений по вкладам при наступлении страхового случая; ведет реестр банков – участников системы страхования вкладов; контролирует формирование фонда страхования вкладов, в том числе за счет взносов банков; управляет средствами фонда страхования вкладов. Его основная задача – защита сбережений населения, размещаемых во вкладах и на счетах в российских банках на территории России. Защита финансовых интересов граждан является одной из важных социальных задач в десятках стран мира. Система страхования вкладов обязательна во всех государствах – членах Европейского Сообщества, она действует в США, Японии, Бразилии, у наших ближайших соседей – в Украине, Казахстане и Армении. Система страхования вкладов работает следующим образом. Если банк прекращает работу и у него отзывается лицензия на осуществление банковских операций, его вкладчикам незамедлительно производятся фиксирован-

ные денежные выплаты. Для страхования вкладов вкладчику не требуется заключения какого-либо договора: оно осуществляется в силу закона. Специально созданная государством организация – Агентство по страхованию вкладов – за банк возвращает вкладчику основную сумму его накопленных, вместо вкладчика занимает его место в очереди кредиторов и в дальнейшем сама выясняет отношения с банком по возврату задолженности. Естественно, что в случае желания «положить» в банк крупную сумму, вкладчику необходимо проявить интерес к надежности банка и оценить для себя возможные риски. Конечно, само вступление банка в систему страхования вкладов дает косвенные положительные заключение о надежности банка, но как уже показал опыт, это не гарантия надежности. Банк мог к моменту проверки «подтянуть» все показатели, а уже после прохождения проверки снова вести рискованную политику. Более подробно о системе страхования вкладов мы расскажем в разделе «Частные вклады». В свою очередь надежность банка не станет существенным фактором при получении кредитных услуг, оформлении карты, аренды сейфовой ячейки и любых других услуг не связанных с размещением сумм во вклады.

Разветвленность инфраструктуры – это фактор, которому клиенты также недостаточно часто придают должного значения, что в дальнейшем может доставить много неудобств и значительно увеличить реальную стоимость услуги. Данный параметр во многом сходен с первым («ме-

сторасположение и график работы банка»), но применим нами при выборе банка в ситуации ограниченного выбора. Например, при получении кредита в магазине приходится выбирать из небольшого количества банков, которые могут и не иметь отделений или банкоматов с функцией приема наличных денег в непосредственной близости от вашего дома или работы, но покупку хочется совершить здесь и сейчас. Ярким примером выступает потребительское кредитование в торговых точках, пионеры этого рынка пришли максимально близко к потребителю, заняв самую удобную для клиента позицию. Если какое-то время назад требовалось прийти в банк, заполнить стопку документов, принести справки о доходах, трудовую книжку, найти поручителей и т. д., а потом еще ждать несколько дней решения кредитного комитета и только после всего этого получать долгожданный кредит, то в «магазинном» кредитовании стало достаточно иметь паспорт и получить кредит в тот же день, когда решили совершить покупку. Это удобство за последнее время стало причиной лавинообразного роста потребительского кредитования, но именно в этой услуге клиенту важно оценить не только стоимость услуги, но и просчитать, где и как он сможет потом гасить кредит, чтобы не допускать просрочки платежа и не платить дополнительных штрафов. Может оказаться, что банк имеет достаточно мало отделений или других точек приема платежей, которые могут принять денежные средства для погашения кредита, и расположены они совсем не рядом

с домом или работой заемщика. В этом случае каждый месяц будет возникать проблема с тем, чтобы добраться до банка и погасить кредит или воспользоваться альтернативными способами погашения: через почту, другой банк или, написав заявление в бухгалтерию на перечисление части зарплаты в погашение кредита. При этом два первых способа, удорожают для заемщика стоимость кредита за счет дополнительных процентов, которые возьмут почта или другой банк за выполнение услуги, учитывая необходимость ежемесячно пользоваться этой услугой, стоимость полученного кредита станет значительно выше той, что планировал заемщик. Перечисление части зарплаты в погашение кредита более дешевый и удобный способ, но имеет свои особенности. Во-первых, далеко не каждая бухгалтерия согласится брать на себя лишние обязанности, а во-вторых, согласно Трудовому кодексу РФ, любые удержания из зарплаты не должны превышать 50 % от официального дохода работника. Поэтому если ваши официальные доходы значительно меньше реальных, то этот способ не подойдет, так как бухгалтерия будет оперировать суммой «белой» зарплаты. Это, кстати, еще один из факторов, которые должны воздействовать на работодателей, которые не выплачивают «официальные» заработные платы. Еще существуют возможности использования систем электронных денег или интернет-банкинга того банка, где у клиента есть счет, но не все банки имеют такие системы для физических лиц. Конечно, на наш взгляд, эра «магазинного»

кредитования завершается и ей на смену приходят кредитные карты, использование которых не требует заключения каждый раз нового кредитного договора и потратить кредит с них клиент может в любом магазине, а не только в том, где есть представители банка. Кредитная карта позволяет клиенту более свободно распоряжаться своим кредитом и получать его в любой момент и в любой точке мира. Но даже по карте кредит придется погашать, и в большинстве случаев ежемесячно, так что основные проблемы с недостатком инфраструктуры принятия платежей, описанные для потребительского кредитования, актуальны и для кредитных карт. Похожая проблема существует и при использовании дебетовых карт, но в рамках наличия банкоматной сети банка-эмитента или его партнеров. В большинстве случаев снятие наличных в банкоматах банка, выдавшего карту, значительно дешевле, чем в банкоматах сторонних банков. А так как пока еще ощущается дефицит торговых точек, принимающих карты к оплате, придется каждый раз переплачивать за снятие наличных денег, если ваш банк имеет маленькую банкоматную сеть. Тем более банкоматы сейчас начинают использоваться не только для снятия наличных, они переходят в разряд многофункциональных устройств: выдающих наличные, принимающих платежи за Интернет, мобильные телефоны и даже коммунальные платежи, а также выполняют пополнения карточных счетов, погашение кредитов, размещение депозитов и валютнообменные операции. Именно с раз-

витиём сети таких многофункциональных банкоматов и пытаются некоторые банки решить проблемы с приемом платежей в погашение выданных кредитов физическим лицам (рис. 5.2). По мировым масштабам количество банкоматов на душу населения в России еще очень мало и составляет около 140 банкоматов на 1 млн населения. В Европе эта цифра превышает 600, в Англии – 800, а в Америке более 1 тыс. банкоматов на 1 млн жителей.



Рис. 5.2. Многофункциональные банкоматы в зале аэропорта, Барселона, Испания, 2007 г.

Удобство и качество предоставления услуг. Для примера можно упомянуть, что по предыдущим трем показателям явным лидером является Сбербанк: огромное количество отделений в каждом районе с продленным графи-

ком работы, надежность, поддерживаемая государственным участием, и наиболее развитая инфраструктура отделений и банкоматов. При этом далеко не все клиенты довольны качеством обслуживания и удобством предоставления услуг. Справедливости ради надо заметить, что положительные сдвиги присутствуют у этого монополиста. Учитывая недостаточно долгий и полный опыт взаимодействия с коммерческими банками, для российского клиента особенно важным является полнота консультаций сотрудниками банка, подбор той услуги или продукта, которые действительно необходимы клиенту. Правильное взаимодействие с клиентом при первичном и последующем обращениях в офис банка позволяют наладить долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество. К сожалению, даже лидеры розничного банковского рынка пока не в полной мере могут правильно мотивировать персонал и выделить консультантов для работы с клиентами, которые смогут уточнить цель визита и направить к профильному специалисту. Часто консультанты банков нагружены дополнительными задачами и не успевают в должной мере реагировать на клиентов, бывает, что первичный контакт с клиентами выполняют охранники, которые не имеют достаточной квалификации для этого. Более того, в большинстве банков посетители предоставлены сами себе и персонал банка не реагирует на их присутствие до тех пор, пока клиент сам не обратится с вопросом. Исследование, проведенное российской консалтинговой компанией «Финист» «Эффектив-

ность организации банковской сети Москвы», в нескольких московских банках в какой-то мере может демонстрировать общий уровень «внимательности» банков к клиентам, т. е. уровень реакции сотрудников на появление посетителя. В настоящее время ситуация в этих и других банках не слишком кардинально отличается от данных, приведенных в табл. 5.1.

Говоря о качестве обслуживания, немаловажным фактором является прямое общение с клиентом, так как имея самые качественные банковские продукты и удобный способ их доставки до потребителя, общее качество взаимодействия клиента и банка может оказаться неэффективным и выглядеть для клиента некачественным в связи с недостаточно «дружелюбным» отношением. Любой контакт с клиентом, неважно потенциальным или постоянным, должен начинаться с приветствия и улыбки, тем самым высказывая расположение клиенту. Именно поэтому уже сейчас в некоторых банках, к сожалению, чаще всего российских «дочках» иностранных банков, появляется вакансия специалиста по приему посетителей.

Таблица 5.1

Рейтинг «внимательности» банков

Название банка	Доля исследованных офисов, в которых реагируют каким-либо образом на посетителя, %
«Юниаструм»	100
«Ситибанк»	71
«Российский Капитал»	71
«Альфа-банк Экспресс»	70
«Мосстройэкономбанк»	63
«Инвестсбербанк»	50
«Росбанк»	44
«Русский банк развития»	40
«Московский кредитный банк»	33
«Райффайзен банк»	30
«Уралсиб»	25
«БИН-банк»	18
«Импэксбанк»	18
«Банк Москвы»	16
«Внешторгбанк»	15
«Альфа-банк»	14

Такой подход показывает стремление банка стать по-настоящему расположенным к клиенту и построить работу с клиентом максимально эффективно. Действительно, если в банк просто приятно зайти, то именно в таком банке клиент будет стремиться получить полный спектр услуг и рекомендовать его знакомым и родственникам. Такое «сарафанное радио» является наиболее эффективной и наименее затратной рекламой для любой организации, а не только банка.

Вместе с качеством обслуживания клиентов и качеством услуг взаимосвязанным параметром выступает удоб-

ство предоставления банком услуг. Чем меньше бумаг требуется заполнить клиенту, чем меньше времени требуется на любую банковскую операцию, тем более удобно клиенту. Конечно, без оформления необходимых документов не обойтись, но эта процедура должна быть максимально автоматизирована. Даже в настоящее время можно встретить банки, где клиенту требуется вручную заполнять заявления на открытие счета, доверенности и договора, хотя все эти задачи элементарно можно было бы решить при минимальной автоматизации процесса. К счастью, это скорее исключение, чем правило, такие задачи банки научились решать.

Тарифы и ставки. Стоимость розничной услуги – это достаточно существенный параметр, который часто выступает основополагающим при подборе клиентом банка. Особенно актуальным для клиента он является при размещении вкладов, разница в 1–2 % годовых часто выступает в качестве стимула смены банка, несмотря на удобство его расположения, надежности, наличие разветвленной инфраструктуры и высокого качества предоставляемых услуг. Ставки по вкладам – наиболее эластичный к изменению параметр, несущественное изменение которого может серьезно увеличить или, наоборот, уменьшить ресурсную базу банка. Рассматривая ставки по вкладам, хотелось бы остановиться на праздничных или сезонных вкладах. Данные вклады обычно бывают приурочены к какому-либо событию: празднику, юбилею и отличаются повышенной ставкой по отношению к

остальной вкладной линейке, также часто присутствуют дополнительные бонусы: бесплатное оформление платежной карты, скидки на сейфовую ячейку, участие в розыгрыше призов и т. п. Вкладчику следует обратить внимание на то, что данные вклады чаще всего не предполагают пролонгации, а также пополнения и частичного снятия денежных средств. Поэтому во избежание потери процентного дохода, вкладчику необходимо посетить банк максимально быстро после окончания срока действия договора и перевести денежные средства на другой вклад. Некоторые банки идут дальше и прописывают в договорах, что после окончания срока действия сезонного вклада, вклад пролонгируется на условиях какого-либо другого вида вклада, тем самым избавляя вкладчика от необходимости нового посещения вклада, а себя частично от риска перевода средств к банку конкурента. Внедряя данные вклады, банкиры, рассчитывают на то, что вкладчики, привлеченные повышенной ставкой, откроют такие вклады, но после окончания их срока действия не будут переводить денежные средства в другой банк, а разместят их на другой вид вклада под базовую процентную ставку.

Комиссионные ставки и процентная ставка по кредитам, хотя являются тоже важными для клиентов, но все же реже бывают поводом для смены банка, так как обычно составляют менее существенную для клиента величину и мало отличаются от банка к банку. Исключения из этого правила со-

ставляют кредитные услуги, особенно потребительские кредиты и кредитные карты. Если при декларации ставок по вкладам клиент может рассчитывать на посчитанную сумму дохода от размещения своих денежных средств, в случае если договор не расторгается досрочно, то кроме ставки по кредиту у заемщика может возникнуть множество дополнительных расходов и сумма, реально выплаченная банку, будет существенно отличаться от предполагаемой заемщиком, происходит это за счет дополнительных комиссий. Правда, необходимо отметить, что еще в 2007 г. произошли значительные сдвиги в положительную сторону по информированию клиентов о реальных ставках по кредитам. В настоящее время, в соответствии с Указанием Банка России от 12 декабря 2006 г. № 1759-У (зарегистрирован Минюстом России 27 декабря 2006 г. Пер. № 8676) «О внесении изменений в Положение Банка России от 26 марта 2004 г. № 254-П “О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности”», а также писем от 29 декабря 2006 г. № 175-Т «Об определении эффективной процентной ставки по ссудам, предоставленным физическим лицам» и от 1 июня

2007 г. № 78-Т «О применении п. 5.1 Положения Банка России от 26 марта 2004 г. № 254-П “О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задол-

женности»» банки должны информировать своих клиентов об эффективной процентной ставке по кредитам. Более подробно мы остановимся на вопросах расчета эффективной ставки в разделе «Кредитование физических лиц».

Полнота продуктовой корзины и наличие дополнительных услуг. Полнота продуктовой корзины предполагает наличие максимально полного спектра розничных услуг в банке. Аналогично воскресному походу в гипермаркет, клиент часто хочет получить все услуги в одном месте, и банки стремятся пойти навстречу клиенту, расширяя свою продуктовую корзину. При этом не стоит слишком сильно переоценивать это желание клиента к работе с одним банком. Несколько лет назад была очень популярна теория создания финансового супермаркета, оказывающего всевозможные финансовые и околофинансовые услуги в одном операционном окне. Строителям финансовых супермаркетов пришлось признать, что клиенты далеко не всегда хотят заглядывать в одно окно. Брать кредиты, обслуживать пластиковые карты, открывать срочные вклады, проводить операции по банковским счетам, покупать паи ПИФов, брокерские и страховые услуги (страхование жизни, кстати, можно считать не только страховым, но и инвестиционным продуктом) они зачастую предпочитают в разных компаниях. По данным исследования, проведенного компанией Forrester Research, лишь 4 % клиентов 14 национальных и региональных банков США, имевшие в них чековые счета, покупали у свое-

го банка брокерские услуги. «Считалось, что людям будет удобнее проводить свои финансовые операции через одного поставщика услуг, – рассуждает профессор Виктор Стэнгоу, специалист по деловому администрированию Tuck School of Business при Дартмутском колледже. – Однако компании недооценили сложности по интеграции маркетинга и бэк-офисов»¹². При этом разумно широкая продуктовая линейка для физических лиц должна присутствовать и она есть почти у всех банков.

В настоящее время практически каждый банк, работающий с частными клиентами, предлагает все возможные услуги и чаще всего даже те услуги, которые можно назвать экзотическими. Различия между банками чаще всего бывают только в частностях каждого продукта. По сути, розничные услуги можно сравнить с конструктором, в котором есть возможность собрать из одних и тех же «кубиков» разные продукты. Практически каждый банк предлагает карты, только у одних это дебетовые карты, у других – овердрафтные у третьих – кредитные, у четвертых – все вместе, у пятых – комбинации. Внутри этих продуктов также могут быть модификации: оформление карты только своим клиентам или всем кто обратится (при условии прохождения клиентом процедуры оценки банком), овердрафт по карте в размере месячной зарплаты, больше или меньше и т. д. Естественно, что от изменения каждого их этих параметров меняются и осталь-

¹² URL: <http://bankir.ru/analytics/2/29704>

ные «кубики» в продукте. Например, овердрафтная карта вкладчику банка будет продана дешевле, чем такая же карта, но выданная человеку «с улицы», потому что риски банка и усилия по проверке и оценке риска на клиента меньше. Похожая ситуация и по всем другим розничным продуктам, т. е. основные продукты есть у всех банков, различаются они только условиями. Если взять крупнейшие розничные банки, то можно понять, что все услуги, которые требуются частному клиенту, у них присутствуют. Некоторым отличием выступает интернет-банкинг, не все банки еще предоставляют его для использования частным клиентам, но эта ситуация также меняется и все новые банки объявляют о введении в эксплуатацию систем интернет-банкинга, который вскоре станет такой же обычной и необходимой услугой, как соответствующий сервис для юридических лиц. Более интересным выступает наличие дополнительных услуг, которые в настоящее время не требуются, но которые могут понадобиться в будущем, такие как страховые продукты, монеты из драгоценных металлов, паи ПИФов, доверительное управление, предоплаченные карты и многие другие.

Глава 6 История развития банковского дела в России

Многие функции современных банков известны со времен древних цивилизаций. Дошедшие до нас письменные источники Вавилонии свидетельствуют о широком распространении ссуд под проценты. Менялы из греческих городов-государств (ок. 700 до н. э.) принимали вклады и выдавали ссуды под залог имущества. Римляне распространили греческую практику ведения банковских дел далеко на запад, вплоть до территории современных Испании и Англии, и унифицировали банковское право¹³. По мнению многих историков, прародители современных банков появились в Италии приблизительно в XIV–XV вв., хотя, конечно, нельзя не понимать, что и в более отдаленном прошлом существовало денежное обращение с использованием мехов, ракушек, драгоценных камней и металлов и прочих «денег». К сожалению, история донесла только факты наличия денег и денежного обращения в древние века, но не донесла роли кредитных учреждений и роли древних банкиров в денежном обращении. Название «банк» происходит от итальянского «banco», означающее «стол» или «скамья». Будем счи-

¹³ История банковского дела. URL: <http://www.krugosvet.ru/articles/63/1006367/1006367a!.htm>.

тать, что первыми банкирами были менялы, устанавливающие свои столы на торговых площадях и обменивающие монеты разнообразных государств. О менялах есть упоминание и в Библии. Новый Завет, «Евангелие от Иоанна»:

¹³ Приближалась Пасха Иудейская, и Иисус пришел в Иерусалим

¹⁴ и нашел, что в храме продавали волов, овец и голубей, и сидели меновщики денег.

¹⁵ И, сделав бич из веревок, выгнал из храма всех, [также] и овец и волов; и деньги у меновщиков рассыпал, а столы их опрокинул.

В то время существовало множество разнообразных монет разных государств, городов, а иногда и частных лиц. Монеты имели различные формы, количество драгоценного металла и достоинство. В такой ситуации торговцам было тяжело определить истинную цену денег, предлагающихся за товар, и требовалась помощь профессиональных менял, которые могли бы оценить стоимость монет и при необходимости произвести обмен на известные торговцу монеты. В условиях, когда Италия была центром мировой торговли, банкиры (менялы) все более широко присутствовали в торговых операциях, и все больше столов устанавливалось на торговых площадях. Можно предположить, что банковское дело возникло из обмена монет разных государств и стран, таким образом, опираясь на современную банковскую терминологию.

гию, первыми банковскими операциями были валютнообменные операции, с успехом дожившие до наших дней, не прерывав существенных изменений.

Обращаясь к истории банковского дела в России, первым предпосылками его развития можно считать 1665 г., когда в Пскове воевода Ордин-Нащокин Афанасий Лаврентьевич использовал городскую управу в качестве банка, предоставляющего кредиты русскому купечеству, но данная инициатива была быстро пресечена правительством, как стремление Пскова жить по своему уставу.

Следующим этапом развития банковского дела под патронажем государства можно считать указ Петра II, об организации монетной конторы при монетных и денежных дворах в 1729 г., которым было разрешено кредитовать население под залог изделий из драгоценных металлов. Услуги данной конторы пользовались популярностью у населения, и в 1733 г. список разрешенных операций был расширен, в него были добавлены операции с имуществом купечества. Дальнейшим заметным шагом в развитии банковского дела в России стали государственные кредитные учреждения. Первые открылись в 1754 г. в Петербурге и Москве по указу Елизаветы Петровны: для дворян – при сенате и сенатской конторе, а для купцов – в Петербургском порту при коммерцколлегии. Созданные банки принадлежали Российскому правительству, что сказывалось на проводимой ими прогосударственной политике, они активно кредитовали земельную аристократию

и казначейство. Можно провести параллель с современными днями и усилением «государственных» банков, проводивших также политику поддержки государственных проектов. Возвращаясь к истории, отметим, что государственные банки были расформированы после 30 лет существования и их капиталы переданы Государственному заемному банку, созданному в 1786 г.

На новый уровень банковское дело в России вышло при Екатерине Великой, когда в 1769 г. в денежное обращение были выпущены бумажные деньги – ассигнации, для их обращения было учреждено два депозитных банка. Во время царствования Екатерины Великой было создано много разнообразных форм кредитных учреждений основной из функций которых было подкрепление казначейства, т. е. развитие системы государственных займов. В 1786 г. был учрежден Заемный банк, получивший капиталы нескольких государственных банков. Этот банк получил право принимать вклады населения. Как мы уже отмечали, привлеченные средства шли в основном на подкрепление государственной казны, но банк также кредитовал землевладельцев и промышленников.

Правительство, с одной стороны, было заинтересовано в устойчивом курсе ассигнаций, с другой – не могло отказаться от выпуска новых эмиссий. Поэтому все меры, которые предпринимались правительством на протяжении 1797–1799 гг., не приносили желаемого результата.

В 1817 г. правительство провело новую финансовую реформу, содержание которой свелось к следующим основным направлениям:

1) был полностью прекращен дальнейший выпуск ассигнаций, новые ассигнации выпускались лишь для замены старых;

2) организован новый банк краткосрочного кредита – Государственный коммерческий банк;

3) создана Комиссия погашения государственных долгов, в дальнейшем – Совет государственных кредитных установлений, под наблюдением которого находились три государственных банка: Ассигнационный (эмиссионный), Заемный (ипотечный) и Коммерческий (краткосрочного кредитования);

4) всем кредитным учреждениям дана большая самостоятельность и независимость от Министерства финансов, они поставлены под наблюдение Особого совещания государственных кредитных установлений. Было принято решение о публикации отчетов всеми кредитными учреждениями.

Достаточно узкий круг операций, которые оказывались кредитными учреждениями в течение рассматриваемого периода, был обусловлен господствующим помещичьим крепостным хозяйством и низким уровнем развития промышленности. Поэтому только на завершающей стадии этого периода начинается более интенсивное «промышленное учре-

дительство»¹⁴.

В период с 1841 г. по 1843 г. в Российской империи из обращения были изъяты ассигнации и выпущенные к тому времени депозитные билеты, которые были заменены новыми денежными знаками – государственными кредитными билетами. В 1859–1860 гг. началась реформа банковского дела, в рамках которой были проведены следующие действия:

1) были ликвидированы все существующие государственные кредитные учреждения;

2) прекращен прием вкладов в Заемный банк, сохранные казны и приказы общего призрения, которые были переведены в подчинение министра финансов; с 1 января 1860 г. прекратился прием вкладов до востребования в Коммерческий банк;

3) образована комиссия для разработки проекта устройства земских банков, которая просуществовала лишь до начала 1860 г., а разработанный ею проект положения о земских кредитных обществах так и не был официально утвержден;

4) упразднен Заемный банк, а Коммерческий банк преобразован в Государственный банк с новым уставом. В уставе Государственного банка появились статьи, предусматривавшие стабилизацию денежной системы и регулировавшие вкладные операции. В уставе Государственного банка было

¹⁴ Левин И.И. Акционерные коммерческие банки в России. Т. 1. Петроград, 1917.

указано, что «вклады, вверенные Государственному банку, не подлежат ни описи, ни отчуждению по каким бы то ни было взысканиям» и что вклады эти, как и собственные капиталы банка, «не могут быть обращаемы на государственные расходы».

Экономический подъем 90-х гг. XIX в. подтолкнул российские, прежде всего петербургские, банки к финансированию промышленности, что положило начало процессу сращивания банковского и промышленного капитала. Крупнейшие банки обзаводились своими сферами интересов в промышленности. Так, к 1900 г. Петербургский Международный банк был заинтересован более чем в 30, а Петербургский учетный и ссудный банк – почти в 30 предприятиях. В деятельности различных промышленных обществ активно участвовали такие банки, как «Русский» для внешней торговли, «Русский торгово-промышленный», «Петербургский частный». На основе совместного финансирования промышленности начали складываться банковские группы.

В 90-е гг. XIX в. связи банков с промышленностью были еще очень непрочными. Большую роль в развитии процесса сращивания банковского и промышленного капиталов сыграл экономический кризис 1900–1903 гг. В условиях крайне неблагоприятной хозяйственной конъюнктуры банки стремились порвать контакты с предприятиями, в финансировании которых они участвовали в годы подъема. Однако сделать это удавалось далеко не всегда. Более того, зачастую

приходилось поддерживать такие предприятия новыми кредитами. В результате в период кризиса при количественном сокращении связей банков с промышленностью прочность уцелевших контактов повысилась.

Процесс слияния банков с промышленностью и формирования финансового капитала приобрел значительный размах в годы предвоенного экономического подъема. В 1914 г. Россия обладала высокоразвитой банковской системой, главную роль в которой играли Государственный банк и акционерные коммерческие банки (активы последних достигали почти 5 млрд руб.). В 1914 г. в стране насчитывалось 53 акционерных коммерческих банка, имевших 778 филиалов, из которых 574 принадлежали 13 петербургским банкам. В годы подъема в России сложились мощные банковские монополии. Пять крупнейших банков («Русско-Азиатский», «Петербургский Международный», «Русский для внешней торговли», «Азовско-Донской» и «Русский торгово-промышленный») к 1914 г. сосредоточили в своих руках почти половину ресурсов и активных операций всех российских акционерных коммерческих банков. Впрочем, растущая монополизация банковского дела сочеталась в предвоенной России с исключительно быстрым увеличением числа провинциальных банков (обществ взаимного кредита), кредитной кооперации.

После смены власти в 1917 г., сложившаяся банковская система подверглась существенным изменениям, все бан-

ки были национализированы и на их основе создан Государственный банк. Позже он был преобразован в Народный банк РСФСР, с которым были объединены сберегательные кассы. После ряда преобразований в 1922 г. был образован Государственный банк СССР. Во времена НЭПа началось новое образование негосударственных кредитных учреждений, что привело к складыванию двухуровневой банковской системы, которая закончилась вместе с НЭПом. В 1922 г. было принято постановление «Об учреждении государственных трудовых сберегательных касс» (гострудсберкасс), в рамках которого они получили право открывать и вести банковские счета. Со временем количество операций по банковским счетам начинает расширяться: появляются переводные, аккредитивные и комиссионные операции. В 1929 г. гострудсберкассы начинают участвовать в кассовом обслуживании населения и организаций. С 1933 г. гострудсберкассам передается кассовое обслуживание сельских Советов депутатов трудящихся и ведение их счетов. В 1961 г. вступают в силу основы гражданского законодательства Союза ССР и республик, и в 1964 г. принимается Гражданский кодекс РСФСР, благодаря которому законодательно утверждается положение о кредитовании и расчетах. С 1986 г. начались преобразования банковской системы и организация коммерческих банков. Вот как описывает эпоху создания первых коммерческих банков старейший банкир страны, экс-председатель Российской конторы Госбанка СССР и

Стройбанка М. Зотов¹⁵:

«К 1986 г. назрела острая необходимость в изменении существующей практики. Рычаги финансирования были сосредоточены в руках Госбанка в отрыве от инвестиционной политики, осуществляемой Стройбанком, поэтому мы написали письмо председателю Совета министров СССР Николаю Рыжкову с предложением реформировать банковскую систему. Письмо его очень заинтересовало, и он поручил аппарату Совета Министров в месячный срок рассмотреть поставленные вопросы. Однако документ изучали очень долго, и в конце концов вместо коммерческих банков в 1986 г. в стране появилась еще одна государственная кредитная организация – Сельхозбанк. Тогда убедить своих коллег в необходимости кардинальных перемен нам так и не удалось. Однако мы на этом не остановились и предложили новую идею о создании пяти коммерческих банков: Промстройбанка, Жилсоцбанка, Агропромбанка, Внешторгбанка и Сбербанка. Соответствующее решение было принято 17 июля 1987 г. постановлением Совмина «О перестройке деятельности и организационной структуре банков СССР». Так в стране появились первые коммерческие банки в том их понимании. После реформы 90-х было создано около 1 300 кредитных институтов, капитал большинства из которых составлял в то время 1–5 млн руб. Они не могли решать зада-

¹⁵ См.: *Князева М.* «Все пошло совершенно иным путем». Финанс. № 38 (128), 17–23 октября 2005 г.

чи, ради которых затевались реформы».

После банковского кризиса в 1998 г. прекратила существование большая часть наиболее крупных коммерческих банков, работающих с частными лицами. Оставшимся банкам пришлось восстанавливать доверие населения практически с нуля, на банковскую «сцену» вышли новые кредитные организации, игравшие второстепенные роли до 1998 г. и бридж-банки обанкротившихся в 1998 г. банковских лидеров. По прошествии нескольких лет можно констатировать, что население вернулось на обслуживание в банки, и розничный бизнес пошел на новый виток. Предпосылками развития розничного бизнеса в том числе являются уменьшение спекулятивных доходов коммерческих банков, замедление роста корпоративной клиентской базы, высокая зависимость от небольшого количества крупных корпоративных клиентов, слабая ресурсная база российских банков. В отличие от российской банковской системы, в Западной Европе розничный бизнес занимает существенную часть банковской системы.

В настоящее время существенным стимулом по привлечению вкладов физических лиц является система страхования вкладов, основные функции которой описаны в других разделах настоящей книги. Можно прогнозировать, что в скором времени в основном останутся только банки, вступившие в эту систему, остальные или будут специализироваться на каком-либо узком сегменте банковской деятельности не связанном с работой с физическими лицами, или уйдут из

банковского бизнеса, продал свою инфраструктуру (сеть дополнительных офисов и филиалов) более крупным игрокам.

Глава 7 Каталог розничных услуг

Настоящая глава является по праву основной в данной книге, поскольку в ней будут проанализированы основные виды банковских розничных услуг, представлены рекомендации для клиентов российских банков по выбору финансового предложения, а также указаны некоторые из подводных камней в этих предложениях. В главе описаны розничные услуги, этот своеобразный каталог не претендует на безусловную полноту представления всего спектра банковских услуг и охватывает только наиболее популярные и востребованные услуги.

7.1. Частные вклады

7.1.1. Основные виды вкладов

Основные потребности клиента при размещении денежных средств в банке можно разделить на три основных направления: 1) накопление средств на какую-либо цель (накопительные вклады), 2) сбережение накопленных средств (сберегательные вклады), 3) получение дохода от свободных денежных средств (рентные вклады). Выделять в отдельный вид вклада текущие и банковские счета или вклады «до вос-

требования» не имеет смысла, так как их основная функция – расчеты, а не размещение средств. Под «расчетами» понимается не только оплата товаров или услуг с помощью банковского перевода или использования платежной карты, но и получение зарплат, пенсий, пособий и других выплат, а также операции по погашению кредитов. В соответствии со ст. 36 главы VI Федерального закона от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» дано следующее определение банковскому вкладу: «Вклад – это денежные средства в валюте Российской Федерации или иностранной валюте, размещаемые физическими лицами в целях хранения и получения дохода. Доход по вкладу выплачивается в денежной форме в виде процентов. Вклад возвращается вкладчику по его первому требованию в порядке, предусмотренном для вклада данного вида федеральным законом и соответствующим договором».

Вклады принимаются только банками, имеющими такое право в соответствии с лицензией, выдаваемой Банком России, участвующими в системе обязательного страхования вкладов физических лиц. В целях обеспечения системы страхования вкладов в январе 2004 г. на основании Федерального закона от 23 декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» было создано Агентство по страхованию вкладов. В соответствии с законом о страховании вкладов возмещение по вкладам выплачивается в размере 100 % суммы вкладов в

банке, не превышающей 700 000 руб. Валютные вклады пересчитываются по курсу ЦБ на дату наступления страхового случая. На сайте Агентства по страхованию вкладов подробно расписан порядок расчета и выплаты страхового возмещения, приведены списки банков – участников системы.

Сумма компенсации не может превышать 700 000 руб., даже если вкладчик хранит деньги в одном банке на нескольких счетах. Однако, если он имеет вклады в разных банках – участниках системы страхования, в каждом из них ему гарантируются равные выплаты.

Страхованию подлежат все денежные средства физических лиц в банках за исключением:

- 1) средств физических лиц – предпринимателей без образования юридического лица;
- 2) вкладов на предъявителя;
- 3) средств, переданных банкам в доверительное управление;
- 4) вкладов в филиалах российских банков, находящихся за границей.

Для получения возмещения по вкладам вкладчик должен представить в Агентство по страхованию вкладов (его уполномоченному банку-агенту) заявление и документы, удостоверяющие его личность. Сделать это можно в любое время со дня наступления страхового случая до завершения в банке конкурсного производства, которое длится, как правило, до двух лет. Требования «опоздавших» будут удовлетворяться

в исключительных случаях, например при тяжелой болезни, длительной заграничной командировке.

Агентство в течение семи дней со дня получения из банка, в отношении которого наступил страховой случай, реестра обязательств банка перед вкладчиками направляет в этот банк, а также для опубликования в «Вестник Банка России» и печатный орган по месторасположению этого банка сообщение о месте, времени, форме и порядке приема заявлений вкладчиков о выплате возмещения по вкладам. В течение месяца со дня получения из банка реестра обязательств банка перед вкладчиками Агентство направляет также соответствующее сообщение вкладчикам банка, в отношении которого наступил страховой случай. Выплата возмещения по вкладам производится Агентством в соответствии с реестром обязательств банка перед вкладчиками, формируемым банком, в отношении которого наступил страховой случай, в течение трех дней со дня представления вкладчиком в Агентство документов, но не ранее 14 дней со дня наступления страхового случая. Как видно из вышеописанной системы страхования, полностью защищенными являются совокупные вклады одного клиента в сумме до 700 000 руб. В случае размещения вкладов на большую сумму, полностью страхуются только 700 000 руб., а остальная сумма, в случае банкротства банка, может быть получена вкладчиком, если он заявит свое требование, в рамках процедуры банкротства банка. Например, вкладчик размещает

900 000 руб., в случае страхового случая ему будет компенсировано Агентством по страхованию вкладов только 700 000 руб. Кроме самого вклада под страховую защиту подпадают и проценты, в соответствии со ст. 20 Закона № 395-1 с момента отзыва у банка лицензии на осуществление банковских операций срок исполнения его обязательств перед вкладчиками считается наступившим. Таким образом, все причитающиеся проценты по вкладу (начисленные по день, предшествующий дню отзыва лицензии) причисляются к основной сумме вклада и включаются в расчет страхового возмещения¹⁶.

Для удобства вкладчиков на сайте Государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов» <http://www.asv.org.ru> есть очень удобный раздел «Справочник вкладчика», включающий в себя в том числе подробные вопросы и ответы по системе страхования вкладов, который мы приведем ниже¹⁷.

1. Какие вклады являются застрахованными?

Застрахованными являются денежные средства в рублях и иностранной валюте, размещенные физическим лицом в банке во вклад или на банковский счет. Исключение составляют некоторые формы размещения денежных средств, ука-

¹⁶ На основании информации официального сайта Агентства по страхованию вкладов <http://www.asv.org.ru>.

¹⁷ По состоянию на 7 апреля 2009 г.

занные в Федеральном законе.

2. Какие денежные средства в банке не являются застрахованными?

Не страхуются денежные средства:

- 1) размещенные на банковских счетах физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, если эти счета открыты в связи с указанной деятельностью;
- 2) размещенные в банковские вклады на предъявителя, в том числе удостоверенные сберегательным сертификатом и (или) сберегательной книжкой на предъявителя;
- 3) переданные банкам в доверительное управление;
- 4) размещенные во вклады в филиалах российских банков, находящихся за границей.

3. С какого момента вклад считается застрахованным?

Вклад в банке считается застрахованным со дня включения банка в реестр банков – участников системы страхования вкладов. Ведение этого реестра, в том числе включение в него банков, осуществляет Государственная корпорация «Агентство по страхованию вкладов».

Самому вкладчику никаких действий предпринимать не надо.

4. Страхуются ли проценты по вкладу?

Суммы процентов по вкладу становятся застрахованными в том случае, если они причислены к основной сумме вклада в соответствии с условиями договора или законодательством Российской Федерации.

В соответствии с действующим законодательством с момента отзыва у банка лицензии на осуществление банковских операций срок исполнения его обязательств перед вкладчиками считается наступившим (ст. 20 Федерального закона от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности»). Таким образом, все причитающиеся проценты по вкладу (начисленные по день, предшествующий дню отзыва лицензии) причисляются к основной сумме вклада и включаются в расчет страхового возмещения.

Например, вкладчик разместил 1 июля 2006 г. сумму в размере 50 000 руб. во вклад на год с ежеквартальной выплатой процентов по ставке 10 % годовых путем капитализации к основному счету вклада. Средства со счета не снимались. Тогда при наступлении страхового случая 2 ноября 2006 г. обязательства банка, включаемые в расчет страхового возмещения, составят 51 695,63 руб., в том числе: 50 000,00 руб. – по основной сумме вклада; 1260,27 руб. – по причисленным процентам за полный квартал; 435,36 руб. – по процентам за неполный квартал по день, предшествующий дню отзыва лицензии.

5. В какой момент у вкладчика возникает право на получение возмещения по вкладам?

Право вкладчика на получение возмещения по вкладам возникает в двух случаях:

- 1) при отзыве (аннулировании) у банка лицензии Банка России на осуществление банковских операций;
- 2) при введении Банком России моратория на удовлетворение требований кредиторов банка. Эти события называются «страховыми случаями».

6. Какую сумму страхового возмещения можно получить в одном банке?

Для банков, в которых страховой случай наступил после 1 октября 2008 г., максимальная сумма возмещения по вкладам составляет 700 000 руб.

Обращаем внимание, что при расчете размера страхового возмещения суммы встречных требований банка к вкладчику вычитаются из общей суммы вкладов. Например, если сумма остатков по счетам вкладов равна 500 000 руб., а задолженность по кредитной карте равна 200 000 руб., то расчет страхового возмещения делается исходя из разности $500\,000 - 200\,000 = 300\,000$ (руб.): Если сумма вкладов в банке превышает сумму страховых выплат, то оставшаяся часть вкладов погашается в первую очередь в рамках ликвидационных процедур в банке.

Для страховых случаев, наступивших в период с 25 марта

2007 г. по 1 октября 2008 г., максимальная сумма страхового возмещения составляет 400 000 руб., с 9 августа 2006 г. по 25 марта 2007 г., – максимальная сумма страхового возмещения составляет 190 000 руб., а для страховых случаев, наступивших до 9 августа 2006 г., – 100 000 руб.

Проверить расчеты можно с помощью калькулятора страхового возмещения (раздел «Справочник вкладчика. Калькулятор страхового возмещения»).

7. Какую сумму получит вкладчик, если он имеет вклады в разных филиалах (отделениях) одного и того же банка?

Вклады в разных филиалах (отделениях) одного и того же банка являются вкладами в одном банке. Поэтому на них распространяется общее правило расчета суммы возмещения по вкладам: 100 % суммы всех вкладов в банке, не превышающей 700 000 руб.

8. Какую сумму возмещения получают муж и жена, если каждый из них имеет вклады в одном и том же банке?

При наступлении страхового случая каждый из супругов самостоятельно получит возмещение по вкладам в размере 100 % суммы его вкладов в банке, не превышающей 700 000 руб.

9. У меня есть банковская карточка, «прикрепленная» к банковскому счету мужа. Как в этом случае рассчитывается возмещение по вкладам?

Ваш супруг предоставил Вам право распоряжения средствами, которые находятся на счете, открытом в банке на его имя. Поэтому возмещение по вкладам будет выплачиваться только владельцу счета, т. е. вашему мужу.

10. Как рассчитывается сумма возмещения по вкладам, если один и тот же вкладчик имеет несколько разных вкладов в одном и том же банке?

В этом случае для целей расчета страхового возмещения суммируются все вклады, независимо от их вида и валюты вклада. Если сумма всех вкладов в банке превышает сумму 700 000 руб., возмещение выплачивается по каждому из вкладов пропорционально их размерам.

Например, если вкладчик имеет в банке два вклада с остатками 500 000 руб. и 900 000 руб., то страховое возмещение будет выплачено в максимальном размере 700 000 руб.: по первому вкладу – 250 000 руб., по второму – 450 000 руб.

11. Какое возмещение по вкладам получит вкладчик, если он имеет несколько вкладов в разных банках, у которых отозвана банковская лицензия?

Страховое возмещение рассчитывается и выплачивается

отдельно по каждому банку. Предположим, что в банках, где у вкладчика есть вклады, наступил страховой случай. Возмещение будет выплачено по каждому банку по единому правилу: в размере 100 % суммы вкладов в банке, не превышающей 700 000 руб.

12. Как рассчитывается сумма возмещения по вкладам, если вклад размещен в иностранной валюте?

Если вклад размещен в иностранной валюте, сумма возмещения по вкладам рассчитывается в рублях по курсу, установленному Банком России на день наступления страхового случая.

13. В какой валюте осуществляется выплата возмещения?

Выплата возмещения по вкладам производится в рублях.

14. В какой форме осуществляется выплата возмещения по вкладам?

Выплата возмещения по вкладам производится по выбору вкладчика: либо наличными, либо путем перечисления денежных средств на счет в банке, указанный вкладчиком.

15. Как задолженность по взятому в банке кредиту повлияет на размер возмещения по вкладам?

По общему правилу размер возмещения по вкладам опре-

деляется исходя из разницы между суммой обязательств банка перед вкладчиком и суммой встречных требований данного банка к вкладчику, возникших до дня наступления страхового случая. Под встречными требованиями понимаются любые денежные обязательства вкладчика перед банком по гражданско-правовым сделкам и (или) иным, предусмотренным федеральным законодательством основаниям. Наиболее часто встречающиеся встречные требования банка к вкладчику – это требования по кредиту.

В этом случае при расчете страхового возмещения из суммы вкладов вычитаются остатки задолженности по кредиту, суммы процентов, подлежащих к уплате на день наступления страхового случая, а также штрафные санкции за несвоевременное погашение кредита.

Пример. На дату страхового случая (10.11.2008) совокупный остаток по депозитным счетам вкладчика составил 200 000 руб. Ранее (01.07.2008) вкладчику в этом же банке был выдан потребительский кредит на 12 месяцев в сумме 44 317,25 руб. под 15 % годовых с погашением равными ежемесячными платежами. Данный кредит обслуживался без переплаты и без просрочки платежей.

Расчет страхового возмещения. Ежемесячная сумма платежа в погашение кредита и в уплату процентов составляет ровно 4 000 руб. На день наступления страхового случая заемщик осуществил в пользу банка 4 платежа на общую сумму 16 000 руб. (погашено 14 044,75 руб. в счет основного

долга и 1 955,25 руб. в счет процентов). Остаток задолженности вкладчика по основному долгу составил 30 272,50 руб. У вкладчика также существует задолженность перед банком по процентам, начисленным после окончания последнего процентного периода (месяца) до дня наступления страхового случая. В нашем примере это задолженность по процентам за 9 дней в размере 111,97 руб.

Страховое возмещение определяется исходя из разницы между обязательствами банка перед вкладчиком и размером встречных требований банка к вкладчику и составляет: $200\,000,00 - 30\,272,50 - 111,97 = 169\,615,53$ (руб.)

16. Куда следует обращаться вкладчику для получения возмещения по вкладам?

В течение семи дней со дня получения реестра из банка, в отношении которого наступил страховой случай, Агентство по страхованию вкладов опубликует в прессе и вывесит в банке специальное сообщение (банк, в отношении которого наступил страховой случай, обязан представить реестр в Агентство в течение семи дней со дня его наступления). В сообщении будут указаны места, в которые должен обратиться вкладчик с заявлением о получении страховки. Как правило, это будут банки, работающие поблизости. Если вдруг вы не сможете добраться до банка, заявление можно будет отправить по почте в порядке, указанном в сообщении. Выплаты вы также можете получить почтовым переводом.

17. Что такое банк-агент?

Для удобства вкладчиков в соответствии с законом Агентство может принимать заявления вкладчиков и выплачивать им возмещение по вкладам через банки-агенты, действующие от его имени.

18. Когда начинается и когда истекает срок, в течение которого вкладчик имеет право обратиться с требованием о выплате возмещением по вкладам?

Вкладчик вправе обратиться за получением страховки со дня наступления страхового случая до дня завершения процедуры банкротства банка, а при введении Банком России моратория на удовлетворение требований кредиторов – до дня окончания действия моратория (см. также следующий вопрос).

19. Что делать, если пропущен срок подачи заявления о выплате страховки?

В случае пропуска срока по заявлению вкладчика он может быть восстановлен решением правления Агентства. Однако он может быть восстановлен только при наличии обстоятельств, указанных в Федеральном законе (например, длительная болезнь, командировка).

20. Какие документы должен представить вкладчик

для получения возмещения по вкладам?

Процедура получения страховки максимально проста. Вам нужно заполнить только заявление по специальной форме, а также взять документ, удостоверяющий личность, по которому открывался банковский вклад (счет).

Если вы действуете через представителя, то он должен иметь нотариально удостоверенную доверенность, подтверждающую его право обращаться от вашего имени с требованием о выплате возмещения по вкладам.

21. Как происходит процесс выплат?

С заявлением о выплате страховки вы должны прийти в пункт выплат, указанный в сообщении Агентства по страхованию вкладов. Там у вас примут заявление и предоставят информацию о сумме вкладов, которая числится за вами в бухгалтерском учете банка, а также назовут размер выплачиваемой вам страховки.

Если вы с ней согласны, то получить деньги вы сможете, как правило, в день обращения. Если у вас возникнут разногласия с данными реестра, вы должны представить дополнительные документы, обосновывающие вашу позицию.

22. Что делать вкладчику, если он не согласен с размером возмещения по вкладам?

При представлении вкладчиком заявления о получении страховки ему выдается выписка из реестра обязательств

банка перед вкладчиками с указанием размера возмещения по его вкладам.

В случае несогласия вкладчика с размером возмещения по вкладам, вкладчику предлагается представить в Агентство дополнительные документы, подтверждающие обоснованность его требований. Они будут направлены в банк, который в течение 10 дней со дня их получения обязан направить в Агентство сообщение о результатах их рассмотрения.

23. В какой срок Агентство выплачивает вкладчику возмещение по вкладам?

Согласованная с вкладчиком сумма страховки выплачивается Агентством в течение 3 дней со дня представления вкладчиком в Агентство необходимых документов, но не ранее 14 дней со дня наступления страхового случая.

24. Какую ответственность несет Агентство за невыплату возмещения по вкладам в установленный срок?

При невыплате по вине Агентства согласованного возмещения по вкладам в установленный срок вкладчику уплачиваются проценты на сумму невыплаты по ставке рефинансирования, установленной Банком России.

25. Как вкладчик может узнать о месте, времени, форме и порядке приема заявлений на выплату воз-

мещения по вкладам?

Сообщение Агентства о месте, времени, форме и порядке приема заявлений вкладчиков будет напечатано в массовых печатных изданиях по месторасположению банка. Такое сообщение должно быть направлено Агентством для опубликования в течение семи дней со дня получения из банка реестра обязательств перед вкладчиками.

В течение месяца со дня получения из банка такого реестра Агентство также направит сообщение каждому вкладчику индивидуальным письмом.

26. Что происходит с оставшейся суммой, превышающей полученное от Агентства возмещение по вкладам?

Вкладчик, получивший от Агентства возмещение по вкладам, сохраняет право на получение от банка оставшейся части вклада в соответствии с действующим законодательством. Например, в процессе конкурсного производства при признании банка банкротом.

27. Сейчас банкротится много банков. На днях мой знакомый предложил перевести со счета его организации на мой личный счет 700 000 руб. – чтобы впоследствии получить страховку по вкладу и заплатить мне определенный процент. Но какие подводные камни есть у подобной сделки?

Такое предложение кажется соблазнительным только на первый взгляд. А теперь задумайтесь, с какой стати какая-то организация будет Вам дарить деньги и особенно в период, когда все говорят о кризисе?

На самом деле речь идет о попытке банального воровства средств фонда страхования вкладов, из которого государство выплачивает страховое возмещение вкладчикам разорившихся банков.

Такой соблазн у организации может возникнуть тогда, когда банк испытывает финансовые трудности и не может своевременно исполнять платежные поручения своих клиентов. В этих условиях

некоторые юридические лица пытаются разбросать свои средства на «подставные» счета граждан с целью «спасения» своих денег путем получения страхового возмещения.

Суммы, оказавшиеся в результате таких действий на счетах «псевдовкладчиков», оперативно выявляются и не включаются в реестр страховых выплат. Данные сделки расцениваются как мошеннические, поэтому материалы по ним передаются в следственные органы. По таким фактам три уголовных дела в отношении должностных лиц банка уже возбуждены.

Поэтому лучше отказаться от подобных предложений своих знакомых, чтобы не оказаться соучастником подобных махинаций.

28. Где можно получить подробную консультацию по вопросам страхования вкладов?

Исчерпывающую информацию о системе страхования вкладов (ССВ) могут предоставить специалисты горячей линии АСВ по телефону 8-гудок-800 200 08 05 (звонок по России бесплатный).

29. Имеют ли наследники вкладчика, принявшие наследство после наступления страхового случая, право на получение возмещения по вкладам?

Наследники – физические лица, к которым право требования по вкладу (вкладам) вкладчика перешло в порядке наследования, имеют право на получение возмещения по таким вкладам, если указанное возмещение не было выплачено ранее самому вкладчику. Для получения страхового возмещения наследник вкладчика должен представить в Агентство помимо заявления о выплате возмещения по вкладам и документа, удостоверяющего его личность, также документы, подтверждающие право на наследство.

Возвращаясь к описанию вкладов в банках, отметим, что привлечение средств во вклады, как правило, оформляется договором в письменной форме в двух экземплярах, один из которых выдается вкладчику. Оформление вкладной книжки или, как ее еще называют, сберегательной книжки, происходит редко, в основном ее использует в своей деятельности Сберегательный банк.

В процессе развития многих банков происходит смена приоритетов в отношении вкладов частных клиентов, особенно если розничный бизнес не является изначально приоритетной задачей для банка. Но банки, ориентированные на работу с частными клиентами, стали появляться только в последние годы и в большинстве своем являются дочерними структурами крупных российских или зарубежных банков. Практически каждый российский банк, начиная работу с вкладами, в первую очередь привлекал своих VIP-клиентов, руководителей и сотрудников организаций, обслуживаемых в банке, деловых партнеров, а то и просто знакомых и друзей руководителей и владельцев банка. Обработывая так называемый «ближний круг» клиентов, и постепенно расширяя его, переходил все дальше и дальше по цепочке рекомендаций своих клиентов. На таком этапе банк получал значительный объем привлеченных ресурсов при небольшом количестве самих клиентов и затрат на их привлечение, возможность их обслуживания в «ручном виде», экономя на сквозной автоматизации процессов. Данные клиенты не поддаются панике в моменты кризисных ситуаций на рынке и размещают свободные средства на длительный срок. Следует отметить, что данный сегмент ограничен и в скором времени полностью исчерпывает себя, после чего встает вопрос о дальнейшем развитии вкладов в банке. Далее все зависит от стратегии и приоритетов, установленных руководителями банка, так как можно остановиться на достигнутом ре-

зультате и продолжать работу с действующей клиентурой и полностью прогнозируемыми показателями. Второй вариант – развивать розницу, работая с физическими лицами, пришедшими в банк «с улицы», ориентируясь на рекламу банка. Подобная стратегия несет с собой как огромные перспективы, так и значительные риски и затраты для банка. В данной книге мы будем рассматривать банки, которые выбрали второй вариант развития. Возвращаясь к началу этой главы, проведем классификацию вкладов для частных лиц, результаты которой представлены на рис. 7.1. Далее, рассматривая реальные линейки банковских вкладов, легко определиться к какому из критериев относится каждый из предлагаемых вкладов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.