

ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ

ПРОЕКТА МИНФИНА РОССИИ
«СОДЕЙСТВИЕ ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ
ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И РАЗВИТИЮ ФИНАНСОВОГО
ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

№2
СЕНТЯБРЬ 2015



- > «ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТЬЮ НЕОБХОДИМО
ЗАНИМАТЬСЯ С НАЧАЛЬНЫХ КЛАССОВ»
ИНТЕРВЬЮ АЛЕКСЕЯ КУДРИНА
- > ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ В 2014 ГОДУ
- > ДРУЖИ С ФИНАНСАМИ: ЕДИНЫЙ СТИЛЬ ПРОЕКТА



**Дружи
с финансами**

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ
ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ГРАЖДАН

ОГЛАВЛЕНИЕ

Вектор развития Проекта

Алексей Кудрин: «Финансовой грамотностью необходимо заниматься с начальных классов»	2
Экспертный совет обсудил планы на осень.....	4

Защита прав потребителей

Защита прав потребителей финансовых услуг в 2014 году	6
Россияне не получают полную информацию об условиях кредитов	10
Рекомендации и предложения.....	14

Новости Проекта

Финансисты станут преподавателями	15
«Взял Красноярск — отдал Москву».....	16
Дружи с финансами: единый стиль.....	18
Ключевые характеристики целевых аудиторий информационной кампании.....	20

В фокусе — регионы

«Финансовые звезды» в «Балтийском Артеке»	26
В Алтайском крае прошел межрегиональный семинар по финансовому образованию детей и молодежи	27

Школа финансовой грамотности

Карта для ветерана	28
--------------------------	----

Анонс событий

Всероссийская неделя сбережений	29
Семинар-практикум «Диагностика финансового здоровья» для женщин	30

Календарь мероприятий

Календарь событий Проекта	31
---------------------------------	----

Уважаемые коллеги!

Представляю вам второй номер информационного бюллетеня Проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

Этот номер совпал с одним из самых интересных и интенсивных этапов реализации нашего Проекта. В сентябре в Архангельской, Волгоградской и Калининградской областях, Алтайском и Краснодарском краях стартовала апробация образовательных материалов по финансовой грамотности в школах, колледжах и детских домах. В активную фазу входит подготовка Национальной стратегии повышения финансовой грамотности, она ведется в тесном взаимодействии с Банком России, Роспотребнадзором, Министерством образования и науки, другими ведомствами и заинтересованными сторонами. Важная роль в формировании Национальной стратегии отводится регионам, поэтому широкое обсуждение проекта Стратегии с регионами состоится 24–25 сентября в Волгограде в ходе международной конференции по финансовой грамотности, проводимой второй раз в рамках Проекта.

Минфином России одобрена концепция общенациональной информационной кампании, официальный старт которой приурочен к проведению второй Всероссийской Недели сбережений с 23 по 31 октября. В это время на федеральном уровне, а также во многих регионах будут организованы открытые образовательные и информационно-просветительские мероприятия для населения. Эта Неделя проходит в не самое простое для экономики страны и ее граждан время. Высокий уровень закредитованности среди людей с низкими доходами – тревожный факт. В ближайшее время мы ждем вступления в силу Закона о банкротстве физических лиц. Надеемся, что использование этого механизма поможет данным



Анна Зеленцова,
Стратегический координатор Проекта

социальным группам. В то же время необходимо донести до граждан важные для их благосостояния идеи о том, что более аккуратное и ответственное обращение с деньгами должно стать нормой.

Для Проекта это означает потенциально еще более высокую актуальность и эффективность запланированных нами мероприятий. Рост уровня заинтересованности граждан в практических знаниях о том, как устроен мир финансов, как не попасть в ловушки мошенников, как защитить и приумножить свои сбережения, дает шанс на хорошие результаты информационно-разъяснительной кампании Проекта. Мы будем признательны за вашу обратную связь, идеи и предложения по реализации Проекта и формированию Национальной стратегии, чтобы вместе превратить сегодняшние вызовы в новые возможности для повышения финансовой грамотности населения!

АЛЕКСЕЙ КУДРИН: «ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТЬЮ НЕОБХОДИМО ЗАНИМАТЬСЯ С НАЧАЛЬНЫХ КЛАССОВ»

Руководитель Экспертного совета Проекта — об истории возникновения Проекта и его первых результатах.



Алексей Кудрин,
Руководитель Экспертного совета Проекта Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»

— Вы были инициатором реализации Проекта по повышению финансовой грамотности населения в России. Чем была обусловлена необходимость запуска такого Проекта?

— Идея возникла в 2006 году, когда Россия проводила саммит «большой восьмерки», и мы подняли на встрече минист-

ров финансов вопрос о роли финансовой грамотности в развитии экономики. Эта тема была еще новой и для нас, и для других стран. Тогда, в 2006 году, мы впервые озвучили результаты опроса населения, который показал, что люди больше боятся заполнять налоговую декларацию, чем ходить к зубному врачу. Они боятся ошибиться, не разобраться в цифрах; боятся кредитов, которые потом им могут дорого обойтись. За эти годы тема приобрела международный масштаб. Правительства многих стран широко ведут работу по повышению финансовой грамотности. А я чувствую себя одним из прародителей этой идеи — идеи системной постоянной работы со всеми слоями населения, которые не являются экономистами и не имеют финансовых знаний.

Когда я уже ушел из Минфина России, мне предложили возглавить Экспертный совет по финансовой грамотности. Мне это было приятно. Это полностью соответствует моим профессиональным интере-

сам. Программы гражданского общества, которыми я сегодня занимаюсь, также тесно связаны с упомянутой проблематикой — это и вопросы «открытого бюджета», и тема открытости и прозрачности данных всех участников рынка.

— Как продвигается эта работа? Что удалось сделать?

— Минфин России осуществляет Проект по повышению финансовой грамотности в России совместно с другими ведомствами и некоммерческими организациями, координирует действия других институтов власти и общественных организаций, которые работают в этом направлении. В рабочую группу по созданию Национальной стратегии по финансовой грамотности помимо Минфина и Центробанка РФ уже вошли Минобрнауки, Роспотребнадзор, к дальнейшей работе планируется подключить Минтруд, Пенсионный фонд России и ряд других министерств. Я думаю, что будет правильно включить в рабочую группу и независимых экспертов, ученых, бизнес-сообщество.

У Проекта уже есть определенные результаты. Это и разработка и распространение пособий для разных категорий населения — пенсионеров, школьников, студентов неэкономических вузов и факультетов, и внесение поправок в законодательство. Важно, что в рамках Проекта осуществляется непосредственный и непрерывный публичный мониторинг качества финансовых услуг, который осуществляет КонфОП — он ведет большую работу по исследованиям на финансовом рынке. При этом инспектируется, влияет ли финансовая грамотность населения на качество этих услуг, где, может быть, финансовые организации обманывают население или не информируют полностью, как стать более подготовленными для того, чтобы работать с финансовыми инструментами.

— Сейчас такие знания особенно необходимы?

— Эти вещи всем нужно знать каждодневно, потому что мы заполняем налоговые декларации, выбираем свой пенсионный план на жизнь, берем кредиты, храним деньги.

ЧЕМ ВЫШЕ ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ, ТЕМ УСТОЙЧИВЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ СТРАНЫ.

Задача не только государства, но и гражданского общества — обращать внимание на эти

вопросы, чтобы те, кто предоставляет финансовые услуги и работает на этом рынке, понимали, что ответственность в случае обмана населения все равно наступит. И Минфин России, и Экспертный совет сегодня системно подходят к этому вопросу. Мы хотим научить людей умело пользоваться своими финансовыми возможностями.

Если люди будут финансово грамотны, они будут более эффективно вкладывать свои средства, инвестировать в нашу страну, ведь сбережения граждан — один из основных ресурсов ее развития. Важно, чтобы люди, например, в период кризиса, в сложных ситуациях, при панике на рынке действовали осмысленно: не бежали в банк, к банкомату, чтобы забрать все деньги, или, как это было перед Новым годом, покупать телевизоры в панике из-за изменения курса рубля. Многие потратили деньги зря. Более осмысленное поведение граждан делает экономику более стабильной. Вот почему финансовая грамотность очень важна.

— Поможет ли в этом принятие Национальной стратегии повышения финансовой грамотности?

— Я думаю, роль и значение Национальной стратегии в области финансовой грамотности таковы, что ее должно утверждать Правительство РФ. Может быть, даже Президент. Как минимум, Президент должен следить за исполнением стратегии — особенно в России, где целые поколения не были знакомы с финансовыми инструментами. Чем быстрее мы

придем к этому знанию, научим людей, тем более устойчиво и эффективно будет работать страна. Поэтому важно обобщить опыт всех институтов — государственных, общественных, коммерческих, — которые работают в этом направлении.

— Как Вы относитесь к включению финансовой грамотности в школьное образование?

— Я бы посоветовал финансовой грамотностью заниматься с начальных классов и говорить об основных вещах. Дети уже знают, откуда берутся деньги и как они тратятся, знают, как их зарабатывают родители, знают, как деньги можно сохранять. Я вижу, что дети уже думают о том, на чем можно подзаработать, меняются школьными принадлежностями, даже в младших классах возникают подобию финансовых операций. Думаю, мы недооцениваем наших детей — они уже в 3-5-м классе начинают понимать, в каком мире мы живем. Они смотрят телевизор, слушают родителей, друзей, ходят в магазины. Важно дать им правильную информацию.

— Что касается Вашего личного участия, готовы ли Вы пойти в школу?

— Я являюсь президентом гильдии финансистов страны. Эта гильдия каждый год в начале сентября, в День финансиста, проводят уроки в школах силами привлеченных нами специалистов. Я тоже это делал, и в этом году снова пойду в школу проводить урок финансовой грамотности.



ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ ОБСУДИЛ ПЛАНЫ НА ОСЕНЬ

Разработка Национальной стратегии повышения финансовой грамотности и апробация учебных пособий для школ — основные вопросы, обсуждавшиеся на июльском Экспертном совете Проекта по повышению уровня финансовой грамотности населения.

Предстоящая осень, судя по повестке состоявшегося 14 июля заседания Экспертного совета Проекта по повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования, окажется богатой на события. Во-первых, как заметил директор Проекта, глава департамента международных

финансовых отношений Минфина России Андрей Бокарев, в сентябре должен быть вынесен на широкое обсуждение проект рассчитанной на пять лет Национальной стратегии повышения финансовой грамотности. Сейчас в создании документа, призванного консолидировать усилия различных министерств

и ведомств, кроме Минфина России и Центробанка, принимают участие Минобрнауки и Роспотребнадзор. По словам Бокарева, к деятельности рабочей группы планируется подключить Минтруд, другие министерства, а также Пенсионный фонд России. Участники заседания высказались за



подключение к работе над документом ученых, представителей экспертного сообщества и деловых кругов. Финальный вариант стратегии должен быть представлен в правительство в феврале 2016 года.

Андрей Бокарев сообщил, что с 1 сентября этого года в регионах курс финансовой грамотности будет включаться в тематику открытых уроков для российских школ. «Мы проводили встречу с Минобрнауки, у нас достигнуто соглашение о том, что Минобрнауки рекомендует регионам рассмотреть возможность включить в программы обучения школьников курс финансовой грамотности и использовать разработанные в рамках проекта учебники», — сказал А.Бокарев.

Он пояснил, что подготовленные учебники должны пройти

апробацию в пилотных регионах. «Почти полный комплект программ и курсов готов к дальнейшему распространению, апробация пройдет уже в этом году в Калининградской, Волгоградской, Архангельской областях, Алтайском и Краснодарском краях. Авторские права на учебники принадлежат Минфину России, мы готовы бесплатно передавать их всем желающим регионам», — отметил он.

По мнению участников совета, созданные учебники могут найти более широкое применение, и следует рассмотреть возможность их прямой продажи через книжные магазины и интернет.

Координатор Проекта Анна Зеленцова напомнила, что ранее прошли апробацию в вузах

учебные курсы по финансовой грамотности для студентов неэкономических специальностей. «Мы рассматриваем возможность вписать эти курсы в стандарты бакалавриата и магистратуры по неэкономическим специальностям. Наши эксперты говорят, что учебники соответствуют стандартам, но мы готовы на проведение дополнительной экспертизы», — сообщила Анна Зеленцова.

И, наконец, в этом году пройдет второе исследование уровня финансовой грамотности российских школьников. По результатам предыдущего исследования PISA, в 2012 году они заняли 10 место из 18 возможных. «Новое исследование поможет определить, насколько были эффективны наши усилия за прошедшие годы, и скорректировать намеченные планы», — сказал Андрей Бокарев.

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ В 2014 ГОДУ

Низкий уровень финансовой грамотности в условиях снижения реальных доходов увеличивает риски для потребителей финансовых услуг. Анализ основных проблем, с которыми столкнулись потребители в 2014 году, представлен в ежегодном докладе Роспотребнадзора. Его публичное обсуждение состоялось на конференции, прошедшей в Москве 26 июня 2015 года.

Стагнация финансового рынка и спад потребительской активности населения, ставшие одними из основных макроэкономических тенденций 2014 года, не привели к уменьшению числа жалоб потребителей на финансовые организации, напротив, в 2014 году в адрес Роспотребнадзора поступило 28 727 обращений по поводу нарушений прав потребителей финансовых услуг — на 52% больше, чем годом ранее. Число обращений растет интенсивнее, чем объемы операций в различных секторах рынка финансовых услуг: кредитование физических лиц в 2014 году выросло только на 13,8%, совокупная сумма страховых премий и выплат по всем видам страхования — на 8,5 и 11,4% соответственно, объем рынка микрофинансирования — на 28%.

Конечно, не всегда жалобы потребителей оказываются обоснованными. В докладе Роспотребнадзора «О состоянии защиты прав потребителей в финансовой сфере в 2014 году», представленном 26 июня на конференции в пресс-центре Международного информационного агентства «Россия

сегодня», отмечается, что основаниями для проверок и административных расследований стали 2 262 обращения (8% от общего числа), и только в 1025 случаях подтвердился факт нарушения. Тем не менее, для роста числа обращений граждан, продолжающегося уже третий год подряд, есть все основания, констатировал глава управления защиты прав потребителей Роспотребнадзора Олег Прусаков.

В условиях экономического спада риски того, что потребитель столкнется с ужесточением условий кредитования, а недобросовестные участники финансового рынка воспользуются его финансовой неграмотностью, серьезно возрастают.

К примеру, большое число жалоб на организации банковского сектора, традиционно лидирующих по количеству поступающих в Роспотребнадзор жалоб на финансовые услуги (в 2014 году на их долю пришлось 63%), на этот раз, по крайней мере, отчасти было связано именно с финансовой нестабильностью. В конце 2014 года «про-

Динамика количества рассмотренных Роспотребнадзором обращений граждан по защите прав потребителей финансовых услуг



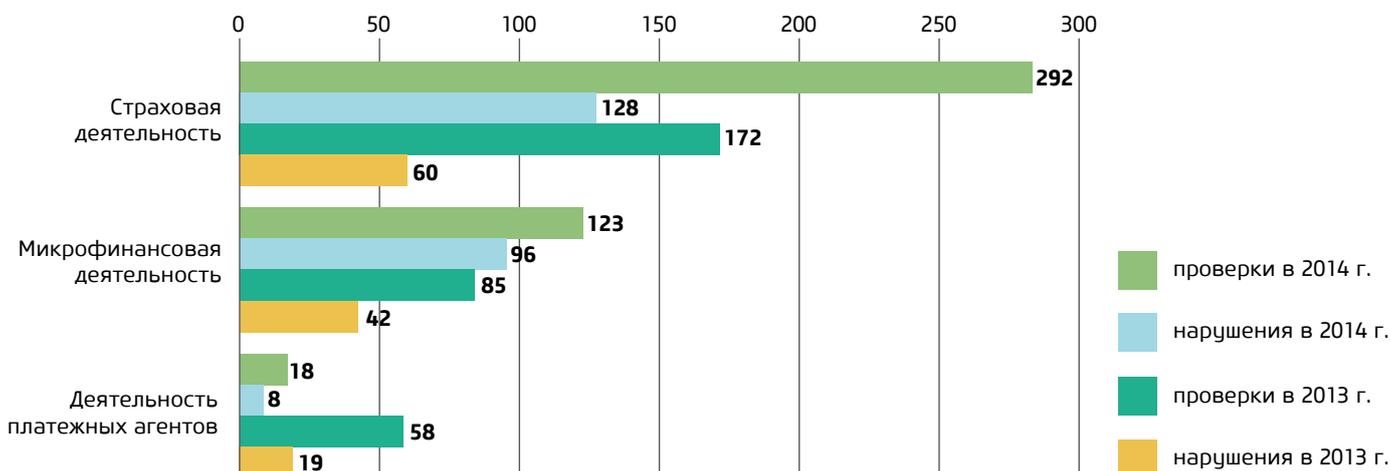
блемная ситуация на валютном рынке» обусловила «рост просроченной задолженности населения по кредитам, особенно по ипотечным кредитам в иностранной валюте».

Однако самый сильный рост числа обращений, в 3,2 раза, отмечен в сфере страхования (доля жалоб на страховые компании — 29%). «Можно предположить, что подобное увеличение количества обращений объясняется существенными изменениями страхового законодательства», которые «существенно повлияли на рентабельность» участникам ДТП и т.п. «Стремление минимизировать убытки приводит к регулярным нарушениям со стороны ряда страховых компаний при прода-

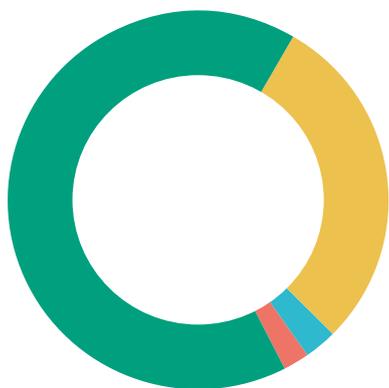
же полисов ОСАГО. В ряде регионов достаточно сложно приобрести полис ОСАГО (страховщики под различными предлогами отказываются продавать указанные полисы), повсеместно встречаются случаи навязывания дополнительных услуг при продаже полисов ОСАГО. Страховщики продают полисы ОСАГО только при условии покупки у них полиса добровольного страхования (от несчастного случая, страхования имущества и др.)», отмечает Роспотребнадзор.

И, наконец, еще одна проблемная зона — займы микрофинансовых организаций (МФО), которые по-прежнему остаются быстрорастущим сектором: в 2014 году их объем увеличился на 29%.

Динамика количества проверок Роспотребнадзора и выявленных нарушений в страховых и микрофинансовых организациях, а также платежных агентов за 2013–2014 годы



Структура обращений потребителей по видам финансовых услуг, рассмотренных Роспотребнадзором в 2014 году



- 66% банковская деятельность
- 29% страховая деятельность
- 3% деятельность платежных агентов
- 2% микрофинансовая деятельность

Источник: Роспотребнадзор

На долю МФО приходится всего 2% жалоб, да и объем этого рынка довольно мал: в 2014 году эксперты оценивали его всего в 50 млрд. рублей, однако, в условиях кризиса даже столь небольшой сегмент финансового рынка может создать существенные проблемы. Как правило, к микрозаймам прибегают граждане, которые не смогли получить банковские кредиты из-за своей низкой платежеспособности или из-за значительной за кредитованности. Чем сильнее банки ужесточают условия кредитования, тем больше становится число потенциальных потребителей услуг МФО, а для них, как отмечается в докладе, «характерны низкая финансовая грамотность и нереалистичный подход к оценке возможностей и перспектив возврата заемных средств».

Изменения в законодательстве, произошедшие в 2014 году, нельзя назвать однозначными: в докладе указывается, что позиция Роспотребнадзора не всегда учитывалась законодателями. Тем не менее, одним из важнейших результатов прошедшего года можно, по оценке Олега Прусакова, назвать принятие поправок в закон о несостоятельности и банкротстве, которые позволяют при рассмотрении дел о банкротстве гражданина

применять реструктуризацию его долгов, реализацию имущества и мировое соглашение. Однако эффект от этих — во всех смыслах долгожданных — изменений закона можно будет оценить в лучшем случае осенью: по решению Госдумы, подсудность дел о банкротстве граждан была изменена с судов общей юрисдикции на арбитражные, и теперь закон вступит в силу только в октябре 2015 года.

Из законодательных новшеств, влияние которых на рынок финансовых услуг уже можно оценить, главным событием 2014 года стало вступление в силу закона «О потребительском кредите (займе)». Он распространяется не только на банки, но и на другие финансовые организации: МФО, ломбарды, кредитные кооперативы. Принцип регулирования деятельности, а не ее субъектов, «позволил обеспечить равную правовую защиту всех заемщиков-потребителей вне зависимости от вида кредитора», подчеркивают в Роспотребнадзоре.

Усилению государственных гарантий защиты прав потребителей способствовало и наделение Банка России осенью 2013 года функциями и полномочиями единого мегарегулятора на финансовых рынках и создание в его структуре Службы по защите прав потребителей финансовых услуг и миноритарных акционеров. В 2014 году роль Банка России в вопросах защиты прав потребителей существенно выросла — реализуя свои полномочия, Роспотребнадзор и Банк России «дополняют друг друга», указывается в докладе. Центральный банк как мегарегулятор на финансовом рынке осуществляет «контроль за соблюдением принятых законных обязательств хозяйствующих субъектов», а Роспотребнадзор «как меганadzорный орган на потребительском рынке», контролирует соблюдение требований законодательства РФ в области защиты прав потребителей.

Однако, как отметил О. Прусаков, даже в законе о потребительском кредите можно найти «определенные возможности для осуществления недобросовестных практик». Поскольку требуется по закону письменное согласие граждан на оказание финансовых услуг организации нередко получают, не привлекая к этому внимание клиентов, «зачастую на практике оказывается, что никакого согласия и не было», однако, наличие подписанной бумаги «затрудняет оказание помощи потребителям с точки зрения признания

соответствующих услуг навязанными». «Сколько бы мы ни создавали мегарегуляторов и надзорных органов, как бы ни усиливали регламентацию, сами потребители должны своими знаниями, своим пониманием стимулировать хозяйствующих субъектов к добросовестной практике. Это обеспечит и доступность финансовых услуг, и их высокое качество», — подчеркнул О. Прусаков.

В системе Роспотребнадзора финансовые консультации потребителям оказывают консультационные пункты и центры, созданные на базе федеральных бюджетных учреждений здравоохранения, — в частности, на базе центров гигиены и эпидемиологии. Сохранившиеся «исторические названия» центров, связанные с их санитарно-гигиеническими функциями, правда, вводят потребителей в заблуждение — но, тем не менее, в 2014 году их сотрудники оказали 14 205 консультаций по финансовым вопросам — на 44,6% больше, чем в 2013 году. В конце 2014 года в Волгоградскую, Калининградскую, Тверскую области и Москву были переданы для апробации проекты ведомственных стандартов консультирования, которые затрагивают наиболее актуальные для потребителей проблемы. Но работа по повышению финансовой грамотности ведется гораздо шире: для распространения Роспотребнадзором в регионах России в рамках Проекта Минфина

было напечатано более 7,5 млн информационных буклетов по ключевым финансовым услугам, были созданы учебные материалы для школ и учреждений профессионального образования.

Разумеется, объединения потребителей — Союз защиты прав потребителей финансовых услуг (Финпотребсоюз), Конфедерация обществ потребителей (КонфОП), Союз потребителей РФ — также активно участвуют в просветительской деятельности. «В 2014 году взаимодействие Роспотребнадзора с общественными организациями потребителей позволило эффективно обеспечить комплексную защиту прав потребителей финансовых услуг и повышение уровня финансовой грамотности населения РФ. Развитие сотрудничества с общественными организациями потребителей и использование их накопленного потенциала является актуальным для Роспотребнадзора в сложившейся макроэкономической ситуации», — заключают авторы доклада.

[С полным текстом доклада «О состоянии защиты прав потребителей в финансовой сфере в 2014 году» можно ознакомиться на сайте Минфина России.](#)

www.minfin.ru/ru/om/fingram/directions/protection/#

Причины наиболее частых обращений и жалоб граждан

- Исполнение обязательств по кредитным договорам (реструктуризация, внесение изменений, продление сроков кредита, изменение валюты кредита).
- Включение граждан в базы автодозвона и деятельность коллекторских агентств.
- Отказы в выдаче кредитов и внесение изменений в бюро кредитных историй.
- Присоединение к программам страхования в рамках кредитных договоров.
- Незаконные списания денежных средств банком или третьими лицами.
- Нарушение сроков перевода денежных средств.
- Удержание комиссий и начисление штрафов.
- Исполнительное производство.
- Непрофессионализм сотрудников банков.
- Некорректная работа банкоматов.
- Процентные ставки и денежно-кредитная политика банков.
- Отзыв у кредитных организаций лицензий на осуществление банковских операций.

В 2014 году в Центральный банк РФ поступило более 33 тысяч обращений граждан с претензиями к деятельности некредитных финансовых организаций и более 37 тысяч обращений в связи с деятельностью кредитных организаций.

РОССИЯНЕ НЕ ПОЛУЧАЮТ ПОЛНУЮ ИНФОРМАЦИЮ ОБ УСЛОВИЯХ КРЕДИТОВ



Вступление в силу закона РФ «О потребительском кредите (займе)» изменило к лучшему ситуацию на рынке кредитования физических лиц, но до сих пор граждане не имеют необходимой и понятной информации об условиях получения кредитов, показывают данные независимого мониторинга КонфОП и Consumers International.

Мониторинг финансовых организаций на предмет раскрытия ими потребителям информации о своих продуктах и услугах, а также соблюдения ими прав потребителей финансовых услуг является важной частью Проекта Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в

Российской Федерации»: очевидно, что потребитель сможет принять грамотное и ответственное решение только в случае, если финансовая организация предоставит ему полную, объективную, понятную для него информацию.

«Недостоверная информация со стороны финансовых организаций на фоне усложнения

финансовых продуктов и услуг могут привести к негативным последствиям для качества жизни потребителя. Особенно это касается кредитов населению, — отмечает Анна Зеленцова, стратегический координатор Проекта Минфина по повышению финансовой грамотности. — В рамках нашего Проекта большое внимание уделяется поддержке обще-

ственного мониторинга финансовых организаций».

На конференции 26 июня Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП) и международная организация Consumers International представили результаты третьей волны мониторинга состояния прав заемщиков, проведенной в январе-апреле 2015 года в 10 регионах.

Исследование охватило рынки потребительского, ипотечного и автокредитования, а также рынки кредитных карт и микрозаймов. Для сбора данных в каждом сегменте банковского кредитования были отобраны по 25 кредитных организаций-лидеров, и 20 микрофинансовых организаций (МФО). Часть данных об их деятельности была получена при изучении сайтов выбранных организаций, часть — методом «тайного покупателя».

Первая проблема, рассмотренная в исследовании, — своевременное предоставление потребителю необходимой и достоверной информации об

услугах, обеспечивающей возможность правильного выбора. Собранные данные свидетельствуют, что ни одна организация, работающая в сфере кредитования физических лиц, не предоставляет на своем сайте полную информацию, не требующую дополнительного обращения в офис. Подробное описание всех затрат по кредиту приводят только единицы. При этом в среднем 50% банков на каждом рынке и 80% МФО предлагают потребителю рассчитать стоимость кредита с помощью кредитного калькулятора, а указание, что эти расчеты приблизительны, как правило, отсутствует. Среди МФО описание затрат, учитываемых при калькуляции, не привела ни одна.

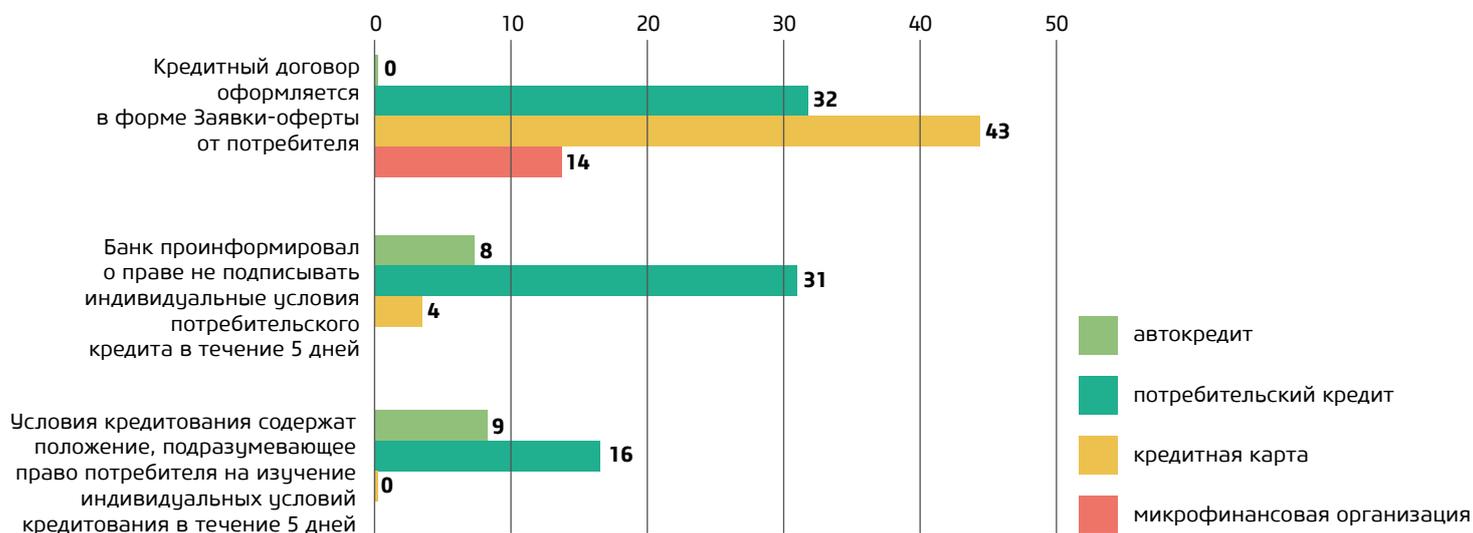
Непростой задачей оказался и поиск на сайтах организаций информации о дополнительных комиссиях и штрафных санкциях. Между тем просрочка выплат по кредиту является значимым показателем возможных косвенных издержек потребителя, указывается в отчете КонфОП и Consumers International: «Ярким примером может служить ситуа-

ция, когда просрочка происходит «по техническим причинам», в частности, когда окончание платежного периода в месяце приходится на выходные дни, и клиент производит оплату только в первый рабочий день, следующий за выходными, или в случае изменения банком реквизитов (при безналичном переводе денежных средств). В обоих случаях банк, как правило, уведомляет клиента только при внесении им следующего платежа, вычитая неустойку». Санкции за просроченный платеж по ипотеке составляют в разных банках от 0,05 до 0,5% в день (от 18% до 180% годовых).

Вторая в списке известных проблем — взимание кредитором отдельной платы за его действия, необходимые для предоставления услуги: различные комиссии, страховки и т.п.

Например, заемщик, претендующий на ипотечный кредит, практически обречен на оплату косвенных издержек: 100% изученных банков «принуждали» клиента к страхованию жизни и здоровья, 79% — требовали опла-

Порядок заключения договора



тить услуги оценщиков, 66% — государственную регистрацию договора, 29% — нотариальное удостоверение документов и т.д.

Впрочем, по сравнению с началом 2014 года, когда проводилась первая волна мониторинга, ситуация изменилась в лучшую сторону, и некоторые дополнительные сборы ушли в прошлое. Например, банки больше не берут комиссию за рассмотрение кредитной заявки. Тогда как в первом квартале 2014 года этой практики придерживались 20% банков. Доля банков, взимающих комиссию за ведение ссудного счета, на котором учитывается движение задолженности по кредитам, сократилась с 12% до 4%. И наконец, ни в одном из банков больше не списывают с заемщика деньги за информирование его об остатке задолженности — год назад эта услуга была платной у 66% охваченных мониторингом банков.

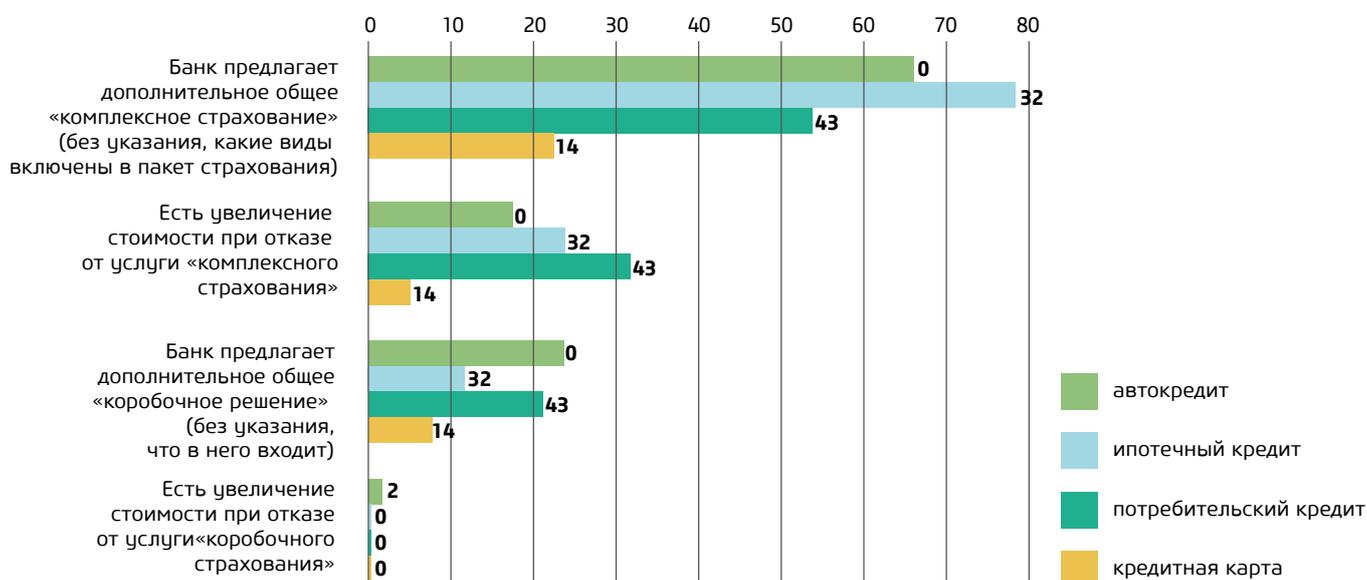
Еще одна категория вопросов к кредиторам связана со сти-

мулированием потребителя к приобретению дополнительных услуг, которые, строго говоря, не являются необходимыми для заключения договора, но отказ от приобретения которых может влиять на стоимость кредита. Речь идет об услугах «комплексного страхования» либо «коробочных» страховых решениях: предлагая клиентам эти услуги, банки довольно часто не указывают, какие конкретные виды страхования подразумеваются, и не объясняют, что потребитель может от них отказаться. Например, «комплексное страхование» предлагают заемщику 66% банков, работающих на рынке автокредитования, 78% банков, предоставляющих ипотечные кредиты, и 54% банков на рынке потребительского кредитования. Увеличение стоимости кредита в случае, если клиент все-таки отказался от комплексного страхования, происходит, соответственно, в 18%, 23% и 31% случаев. Большого прогресса здесь пока не наблюдается. В частности, на рынке автокре-

дитования сейчас, как и в первом квартале 2014 года, около 40% исследуемых банков предлагают дополнительные услуги по страхованию жизни и потери трудоспособности, влияющие на величину ставки по кредиту.

Четвертый блок вопросов связан с порядком заключения договора с потребителем как с экономически слабой стороной и несоблюдением банками принципа ответственного кредитования. Как правило, потребителю не дают времени изучить индивидуальные условия кредитования — в среднем только 14% Банков, охваченных мониторингом, сообщает клиентам, что они вправе взять на размышление пять дней и лишь потом подписывать (или не подписывать) договор. 22,5% изученных банков до сих пор используют для заключения договора потребительского кредитования оферту заемщика: в этом случае заявка на кредит рассматривается как предложение заемщика заключить договор на определенных

Навязывание дополнительных услуг





Дмитрий Янин,
Председатель
правления КонфОП

условиях; в случае одобрения банком оферта акцептуется банком, и потребителя уведомляют о выдаче ему кредита. Схема кажется удобной, но в заявке может быть не указано, что она является офертой, а отозвать ее можно, только пока оферта не акцептована (то есть, не принята банком). В результате наличие у потребителя кредита может стать для него неприятным сюрпризом (равно как и набежавшие проценты за пользование им). Точно так же рисками для потребителя оборачивается и «удобное» автоматическое, без про-

верки финансового положения заемщика, увеличение лимита по кредитной карте, которое практикует 50% банков, охваченных мониторингом.

Финансовые организации нередко включают в договоры условия, которые ущемляют права потребителя: например, широко практикуемый в ипотечном кредитовании запрет на досрочное погашение кредита (84%) или возможность одностороннего изменения тарифов банком (от 15% до 49%).

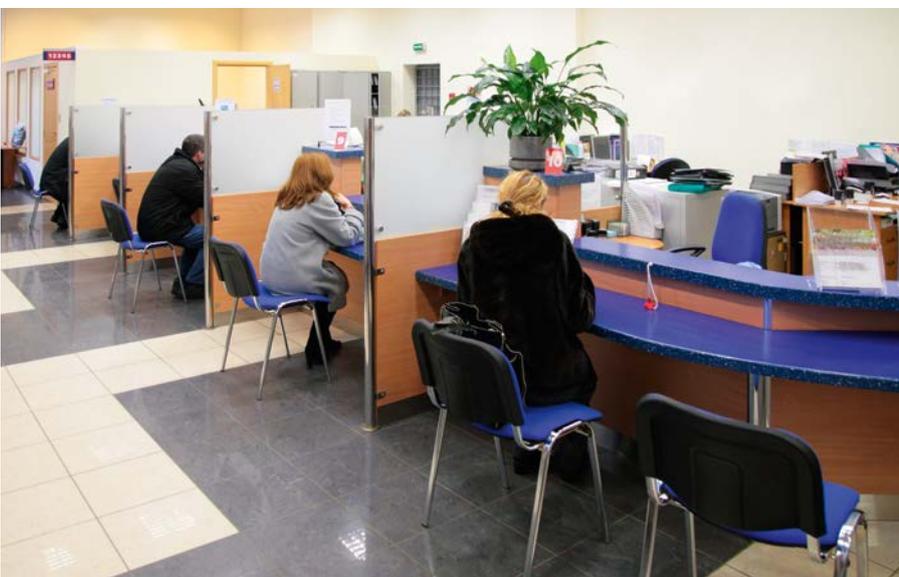
Однако более половины (52%) банков не разъясняют потребителю все финансовые риски, связанные с получением кредита и его выплатой, и довольно часто особенно в случае валютного кредитования, склонны возлагать все риски неисполнения договора на заемщика. К примеру, колебания валютного курса поставили ряд потребителей перед необходимостью реструктуризации кредитов в иностранной валюте, но «только 3% банков при автокредитовании и

8% при ипотечном кредитовании предложили подобную опцию». В других видах кредитования схема реструктуризации была предложена с заведомым ухудшением финансового положения заемщика (более чем в 60% банков и 50% МФО), причем сделано это было без предварительного уведомления клиента.

Данные мониторинга и обзор существующей зарубежной практики позволили исследователям подготовить некоторые рекомендации по изменению регулирования в сфере кредитования физлиц. В частности, консорциум рекомендует усилить контроль над применением агрессивных практик взыскания задолженности, ввести ограничения на общую стоимость «займов до зарплаты» и дополнить законодательство требованием сообщать заемщику не только значение полной стоимости кредита, но и состав и структуру платежей, из которых он складывается, эффективнее контролировать рекламу кредитов. «Исследование показало, что потребитель не получает в полном объеме информацию, которая требуется ему для принятия решения о том или ином кредитном продукте. Государству необходимо направить усилия на повышение прозрачности предоставляемых услуг. Это позволит давать потребителям понятные разъяснения по каждой из выявленных мониторингом проблем», — подчеркнул председатель правления КонфОП Дмитрий Янин.

Полностью результаты мониторинга опубликованы на сайте Минфина России.

www.minfin.ru/ru/om/fingram/directions/protection/#



ПРЕДЛОЖЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Штрафы для ипотечных заемщиков:

- Внести изменения в законодательство с целью недопущения взимания непропорциональных штрафов с ипотечных заемщиков.

Связанные с кредитами страховые продукты:

- Внести в законодательство понятие «периода охлаждения» при покупке связанных с кредитом страховых продуктов, чтобы потребитель в течение недели мог от них отказаться. Обязать банки включать в договор пункта о праве потребителя на отказ.
- Рассмотреть вопрос возврата страховой премии в случае досрочного погашения кредита.
- Лишить банки возможности изменять ставку по кредиту в случае отказа от страховых продуктов.

Деятельность коллекторов:

- Установить четкие и подробные требования к деятельности коллекторских организаций.
- Распространить нормы законодательства о деятельности коллекторов на договоры потребительского кредита (займа), заключенные в период, предшествовавший вступлению соответствующего закона в силу.

«Займы до зарплаты»:

- Пересмотреть подход государства к регулированию «займов до зарплаты» (ужесточить его).

Предоставление потребителю информации о его правах при заключении договора:

- Уточнить процедуры предоставления права потребителя на получение дополнительного

времени для принятия решения о заключении кредитного договора (5 дней).

Договор потребителя с кредитными агентами:

- Уточнить процедуры заключения кредитного договора с потребителем кредитными агентами. Продумать систему законодательной защиты потребителей — целевых заемщиков, тем более что положения Закона о заключении кредитного договора не вполне подходят к ситуациям, когда кредит берется с целью покупки товара.

Увеличение кредитного лимита:

- Оговорить в законе правила увеличения кредитного лимита по карточным договорам. Эти правила могут предусматривать согласование с потребителем при заключении договора предполагаемого графика увеличения кредитного лимита с указанием на размер всех возможных расходов потребителя в случае каждого увеличения, условия изменения такого графика со стороны банка.

Разъяснение рисков потребителю — большая ответственность:

- Включить положения о регламентах взаимодействия с потребителями (в т.ч. о вопросах разъяснения потребителю рисков, возникающих при использовании продуктов) в состав требований к управлению финансовой организацией, применяемых Банком России.

Консультации для потребителей:

- Создать инфраструктуру для консультирования потребителей по кредитному договору и иным аспектам взаимодействия с кредитующими организациями.



ФИНАНСИСТЫ СТАНУТ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМИ

Более 150 специалистов из финансовых организаций, включая представителей Центрального банка России, коммерческих банков, НПФ и страховых компаний, пройдут обучение для работы с населением по повышению финансовой грамотности.

Обучение организовано в дистанционном формате на базе системы MOODLE, что позволит финансистам присоединиться к программе из любого города России. Прошедшие обучение сотрудники войдут во Всероссийский реестр специалистов (тьюторов) по повышению финансовой грамотности взрослого населения и получат сертификат проекта Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

Сертифицированные специалисты обязуются вести консультации и обучение граждан по

единому стандарту, исключая рекламу составляющую, давать людям важные знания для решения своих финансовых задач, а не презентацию продуктов банка. Финансисты будут проводить бесплатные обучающие мероприятия для всех желающих повысить свою финансовую грамотность и активно участвовать в ежегодных образовательных инициативах Проекта Минфина по повышению уровня финансовой грамотности, в частности, в мероприятиях для взрослого населения, которые пройдут в октябре в рамках Всероссийской недели сбережений.

«ВЗЯЛ КРАСНОЯРСК — ОТДАЛ МОСКВУ»

Заставить заемщика задуматься о финансовых последствиях получения кредита, указать на необходимость тщательного планирования личных расходов, а также предупредить, чем чревата невнимательность при подписании кредитного договора — авторы плакатов и видеороликов, представленных на конкурс «ХочуМогуЗнаю», предлагают свои способы решения этих задач.

В июне завершился первый этап конкурса графического дизайна плакатов и видеороликов на тему защиты прав потребителей финансовых услуг «ХочуМогуЗнаю», который организует в рамках Проекта Минфина «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» коммуникационное агентство «КАК Проект».

Победителем в номинации «Плакат» жюри признало Екатерину Чуракову из Санкт-Петербурга с работой «Взял Красноярск — отдал Москву». Используя в плакате образы купюр с историческими видами Красноярска и Москвы (номиналом 10 и 100 рублей соответственно), автор раскрывает актуальную тему рисков получения «быстрых денег» от микрокредитных организаций. Поддаваясь агрессивной рекламе и желанию получить «скорую финансовую помощь»,

заемщики часто не осознают, что за пользование микрозаймом, визуально представленным «красноярской банкнотой», он будет вынужден расплачиваться большими «московскими» процентами.

«Порог выплат по кредиту не должен быть выше 30 процентов от дохода» — такой призыв содержится в работе Веры Поповой из Липецка, занявшей второе место. «В детстве все было проще», — написано на плакате, противопоставляющем «взрослый» мир финансов детской игре в магазин, в которой вместо денег используются листья, и их запас легко пополнить, сорвав с дерева.

На современном рынке финансовых услуг такое невозможно — потребитель должен рационально планировать личные расходы, выделяя не более трети на обслуживание кредита.

Третье место разделили несколько участников. Среди них Алиса Дерягина из Омска. На своем плакате она задает вопрос «Сколько стоит твой кредит?» заемщику, погребенному в магазинной тележке под грудой процентов.

Авторы из Санкт-Петербурга Николай Недашковский, Андрей Головин, Виктор Фицнер и Мария Демченко призывают тщательно изучать приобретаемые финансовые продукты. На их лаконичном плакате за черным силуэтом цифры ноль угадывается скрытая красная восьмерка. Этот образ призван проиллюстрировать, как предлагаемый «нулевой процент» может превратиться в обременительные кредитные обязательства.

Еще один лауреат, москвичка Надежда Андрианова, представила на конкурс два плаката, в которых использовала оптические иллюзии, побуждая

ВЗЯЛ Красноярск*

отдал Москву**



будущих потребителей финансовых услуг не поддаваться иллюзиям в реальности. Плакаты иллюстрируют идею, что заемщики не осознают реального соотношения основной суммы долга и процентов на разных стадиях выплаты кредита, и рискуют столкнуться с последствиями чрезмерной закредитованности.

Специальным призом жюри отметило плакат Данилы Шороха из Москвы, выполненный в виде абсолютно белого листа с надписью мелким шрифтом в нижнем углу: «Чтобы ваш карман

не стал таким же пустым, как этот лист, внимательно читайте кредитный договор».

В номинации «Видеоролик» жюри решило не присуждать первое и третье места, а второе место присудило Марии Живиловой и Дарье Шипуновой из Екатеринбурга. Их видеоролик представляет собой короткую историю мультипликационного персонажа бабушки Нины Петровны, решившей воспользоваться кредитной картой для покупки подарков детям и внукам, но не изучившей договор. «Читайте внимательно условия

договора по кредитной карте!» — предупреждают авторы.

Победитель первого этапа конкурса получил в награду летний интенсив в Британской высшей школе дизайна. Остальных призеров ждут подарки от дизайн-издательства «КАК» и сети магазинов «РЕСПУБЛИКА». Всего на конкурс поступило свыше трехсот работ из 47 городов России. Все работы, прошедшие предварительный отбор, опубликованы на Интернет-странице конкурса (hochumoguznao.rf). Второй и третий этапы конкурса состоятся летом и осенью 2015 года.

ДРУЖИ С ФИНАНСАМИ: ЕДИНЫЙ СТИЛЬ



Проекта Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»

Теперь у Проекта есть яркий располагающий к себе логотип и единое стилистическое решение.



**Дружи
с финансами**

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ
ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ГРАЖДАН

Символом Национальной программы повышения финансовой грамотности стала собачка, которая олицетворяет слоган «Дружи с финансами». Собачка — символ, который вызывает самые позитивные ассоциации: это надежный друг, энергичный и любознательный. Именно таким и должен быть бренд, целью которого является пробудить интерес, мотивировать разобраться в теме финансов. С тем, что выбранная на роль логотипа собачка — доброе существо, в ходе исследования по предварительному тестированию бренда согласились большинство опрошенных, а каждый пятый признался, что хотел бы такую собаку завести. У нее не просто добрый, веселый нрав — она, отмечают участники исследования, активная, умная, всегда придет на помощь, приведет к цели и предупредит об опасности — в общем, сделает все, чтобы угрозы финансовому благополучию любящих хозяев остались в стороне.

Формирование дружелюбного располагающего к себе образа очень важно для Проекта, цель которого — привлечь внимание населения к столь непростой теме, как финансовая грамотность, активное и эффективное управление своими ресурсами и разумное отношение к финансовым услугам.

Однако бренд олицетворяет не только логотип. Единый фирменный стиль предлагает еще и общее решение для информационно-просветительских материалов. В бренд-буке отражены все детали оформления — от шрифтов до цветовой гаммы буклетов, ориентированных на различные





возрастные аудитории. Проект по повышению финансовой грамотности подразумевает проведение сотен мероприятий, издание миллионов экземпляров печатной продукции, опосредованный и прямой контакт с десятками миллионов граждан. Единый стиль необходим, чтобы информационная кампания была максимально эффективной, а различные мероприятия воспринимались как часть единого целого — как это и должно следовать из самого названия: «Национальная программа повышения финансовой грамотности».

В некоторых регионах-участниках Проекта есть свои бренды, которые используются на протяжении определенного времени, имеют свою степень узнаваемости и уровень доверия. Поэтому предложена общая схема объединения брендов программы финансовой грамотности.

ОНА ОСНОВАНА НА СЛЕДУЮЩИХ ПРИНЦИПАХ:

- Знаки одинакового размера, с симметричным расположением.
- Региональный знак слева.
- Региональный знак вписан в дизайн, заданный федеральным знаком.
- Модификация цветового решения региональных знаков в стиле федеральной программы.

Подчеркнуть просветительский характер материалов, простоту и практичность рекомендаций — задача, с которой теперь участникам проекта не придется справляться в одиночку: им помогут визуальные образы и стилистические решения, описанные в утвержденном бренд-буке.

	Проект Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»	
	Проект Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»	
	Проект Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»	
	Проект Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»	
	Проект Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»	

Главные стилистические особенности Национальной программы повышения финансовой грамотности

- Простой язык — как текста, так и графики — понятный каждому.
- Просветительский характер Проекта.
- Практичность, применимость к реальной жизни обычного человека.
- Высочайшее качество материалов
- Национальный масштаб.
- Учет региональных особенностей.
- Ориентация на различные возрастные группы.

Стандарты оформления одобрены для всех видов публичных, деловых и внутренних коммуникаций, издаваемых в рамках проекта печатной продукции, интернет-сайта, рекламных материалов.

КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

Оптимистичны и жизнерадостны или романтичны и инертны, смотрят юмористические программы на ТНТ или зачитываются рекламными проспектами из супермаркетов, практически не думают о себе или рассчитывают только на родителей, не сберегают и все тратят на развлечения или берут кредиты, невзирая на условия. Целевые аудитории — какие они, где берут

информацию, как обращаются с финансами и какие у них жизненные установки. Ответы на эти вопросы — в результатах проведенных исследовательской компанией Synovate Comcon фокус-групп.

Ниже представляем уточненные портреты целевых аудиторий Проекта.

«Лёгкие на подъём»



Размер аудитории:
8% населения РФ

Возраст:
25–34

Пол:
68,4% — женщины, 31,6% — мужчины

Образование:
преимущественно высшее

ПСИХОГРАФИКА

- Предусмотрительны, эмоционально устойчивы.
- Разумны, логически мыслят, связывают жизнь в одно структурное целое.
- Оптимистичны, жизнерадостны, склонны «обнулять» негативный опыт.
- Любят свою работу и довольны тем, как складывается их жизнь на настоящий момент.
- Очень активны, испытывают потребность в самореализации и новых впечатлениях.
- Высоко оценивают свои способности, безгранично верят в себя.
- Склонны преуменьшать риск или преувеличивать свою способность справиться с возникающими проблемами.
- В целом, не склонны рисковать, но бывают не критичны, готовы последо-

вать совету друга в вопросах, требующих оценки специалиста.

- Испытывают потребность в новых знаниях, в том числе по финансовой грамотности: они читают информацию на сайтах, уточняют у менеджеров в банках. Среди исследованных сегментов только «Лёгкие на подъём» были готовы рассуждать об инвестировании более подробно.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Имеют довольно обширный опыт пользования финансовыми услугами.
- Ориентированы на сбережения, совершают их достаточно регулярно, тщательно подходят к выбору банка.
- Характерно наличие текущего счета и вклада.
- Активные пользователи кредитов.

Работа:

специалисты и руководители подразделений, 70% работают

Доход:

самый высокий уровень личного и семейного дохода по группе ЦА1

Семейное положение:

в браке, родители дошкольников

ХАРАКТЕРНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

- «Я работаю в компании по благоустройству, выбрала это для себя, потому что очень люблю создавать красоту. У меня позитивный взгляд на жизнь» — Москва
- «Я работаю в детском саду — обожаю детей, это просто чудо!» — Москва
- «Мое хобби — это наряжать себя и своих девочек: шоппинг, ноготочки — о-бо-жаю!! Банты, что к чему подобрать, выбрать стиль — как мы это любим!!! А из работы я больше всего люблю общаться с людьми» — Москва

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Представители этого сегмента чрезвычайно активно используют практически все каналы коммуникации, причем они сами постоянно ищут новые возможности, знания, идеи и навыки.

Самые активные пользователи сети интернет среди взрослых аудиторий. Предпочитают этот канал всем остальным, доверяют ему больше другим. Пользуются всеми возможными сервисами, в том числе читают онлайн версии газет и журналов. Из предпочтений — gbc.ru.

Активные радиослушатели. Предпочтения по радиостанциям (в порядке убывания): Авторадио, Дорожное радио, Европа Плюс, Русское радио, Ретро FM. Жанровые предпочтения: звонки в студию, песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), выпуски важнейших новостей, городские новости, хит-парады, о ситуации на дорогах. В основном, слушают радио за рулем.

Активно читают прессу. Предпочтения (в порядке убывания): Аргументы и факты, Комсомольская правда, Антенна-Телесемь, Лиза, Cosmopolitan.

Потребление ТВ контента — на среднем уровне. Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): Первый канал, Россия 1, НТВ, СТС, ТНТ. Жанры ТВ программ: развлекательные, юмористические программы, информационно-аналитические программы, программы о природе и животном мире, развлекательные ток-шоу, исторические и научно-популярные программы.

На регулярной основе посещают следующие точки продаж: торговые центры, супермаркеты, АЗС.

«Розовые очки»



Размер аудитории:

8% населения РФ

Возраст:

25–44

Пол:

67,8% — женщины, 32,2% — мужчины

Образование:

преимущественно среднее

Работа:

служащие, специалисты, 65% работают

Доход:

средний, в регионах выделяются по уровню семейного дохода

Семейное положение:

в браке, значимо выделяются по наличию детей

ПСИХОГРАФИКА

- Очень эмоциональны, спонтанны.
- Склонны к риску, открыты новому, тревожные.
- Испытывают потребность в ярких эмоциях и ощущениях
- Из-за чрезвычайно романтических и глобальных целей склонны откладывать решение насущных жизненных задач.
- Склонны недооценивать риски или преувеличивать свою способность справиться с возникающими проблемами.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Активные пользователи финансовых услуг.
- Декларируют ориентацию на сбережения, однако не сберегают.
- Не характерно наличие счета, депозита, вклада.
- Склонны брать кредиты. При выборе кредита в большей степени обращают внимание на то, дадут ли им кредит в принципе, и готовы соглашаться на любые проценты и условия.

ХАРАКТЕРНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

- «В Париж, в Рим, оторваться там по полной, закупить всего» — Краснодар
- «Мне все время кажется, что пока я лежу, сплю, моя жизнь идет, я старею. Я сплю, а мог бы жить!» — Краснодар

- «Хочу проснуться одним утром, и чтобы все вокруг зеленое и чистое. Чтобы люди были счастливые и добрые!» — Краснодар

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Отличаются высоким уровнем доверия ко всем видам СМИ.

Активные пользователи радио. Предпочтения по радиостанциям (в порядке убывания): Европа Плюс, Авторадио, Дорожное радио, Love Radio. Жанровые предпочтения: звонки в студию, песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), новости. В основном, слушают радио в машине.

Активно читают прессу. Предпочтения (в порядке убывания): Аргументы и факты, Комсомольская правда, Антенна-Телесемь, Лиза, Cosmopolitan.

Менше других аудиторий смотрят ТВ. Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): Первый канал, Россия 1, СТС, НТВ, ТНТ. Жанры ТВ программ: новости, развлекательные, юмористические программы, развлекательные ток-шоу.

Интернет используют на среднем уровне. Используемые сервисы: социальные сети, поисковые системы, электронная почта, онлайн игры, скачивание фильмов, просмотр телевидения через интернет.

На регулярной основе посещают следующие точки продаж: торговые центры, супермаркеты, аптеки.

«Традиционалисты»



Размер аудитории:
12% населения РФ

Возраст:
25–44

Пол:
54,3% — женщины, 45,7% — мужчины

Образование:
среднее, ср. специальное

Доход:
с самым низким уровнем семейного дохода по группе ЦА1

Работа:
преимущественно физический труд, 70% работают

Семейное положение:
в браке, преимущественно без детей

ПСИХОГРАФИКА

- Представителям этого сегмента присуще чувство неудовлетворенности собственной жизнью, однако они уже успели построить какой-то быт и стремятся его сохранить.
- Достаточно консервативны
- Они не часто задумываются о будущем, сконцентрированы на решении повседневных проблем. Мечтать и строить планы в принципе не любят, склонны говорить о решении насущных проблем, не ставят глобальных целей
- Стараются жить на уровне соседей, не хотят отличаться от них.
- Склонны к риску, низко ценят закон.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Практически не пользуются финансовыми услугами.
- Не характерны ни ориентация на сбережения, ни фактические сбережения, ни размышления о пенсии.
- Не характерно наличие вкладов и текущего счета.
- Не характерно пользование банковскими кредитами, однако среди тех, кто пользовался — характерны задержки выплат.

ХАРАКТЕРНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

- «Иногда мы думаем, что было бы хорошо уехать жить в другой город, но

здесь уже квартира, дача, дети учатся... обросли мы и теперь уже не уедешь» — Архангельск

- «Да живем как все. Каждый день одно и то же: дом — работа — дом. Перед сном гуляю с собакой» — Архангельск
- «Уборка, готовка, работа. Свободного времени не бывает. Как у всех обычных людей» — Архангельск

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Уровень использования всех каналов коммуникации ниже среднего.

Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): Первый канал, Россия 1, НТВ, СТС, ТНТ. Жанры ТВ программ: новости, развлекательные ток-шоу, развлекательные, юмористические программы.

Предпочтения по радиостанциям (в порядке убывания): Авторадио, Дорожное радио, Русское радио, Европа Плюс. Жанровые предпочтения: городские новости, выпуски важнейших новостей, звонки в студию, песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), хит-парады. В основном, слушают радио дома.

Крайне мало читают прессу. Предпочтения (в порядке убывания): Комсомольская правда, Антенна-Телесемь.

Интернетом также пользуются незначительно. Используемые сервисы: поисковые системы, социальные сети, электронная почта.

«Сознательные и стабильные»



Размер аудитории:
6% населения РФ

Возраст:
55–65 (и более)

Пол:
77,9% — женщины, 22,1% — мужчины

Образование:
высшее

Доход:
относительно высокий доход на члена семьи

Работа:
квалифицированные специалисты, 60% работают

Семейное положение:
в браке, родители взрослых детей

ПСИХОГРАФИКА

- Предусмотрительны и рациональны.
- Активны, в том числе в поиске информации, стараются во всем разобраться.
- Консервативны, высокая ценность семьи.
- Настороженно относятся к новым технологиям.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Пользуются финансовыми услугами, адекватно оценивая их возможности и реальную стоимость услуги.
- Активно сберегают, тщательно выбирают банк.
- Характерно наличие счета, вклада.
- Пользование кредитами не характерно.

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Активно используют ТВ, радио, читают прессу. Интернетом пользуются немного реже.

Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): Первый канал, Россия 1, НТВ, СТС, ТНТ. Жанры ТВ программ: ново-

сти, программы о природе и животном мире, развлекательные, юмористические программы, информационно-аналитические программы, музыкальные передачи, криминальная хроника.

Предпочтения по радиостанциям (в порядке убывания): Русское радио, Авторадио, Радио Дача, Европа Плюс. Жанровые предпочтения: песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), звонки в студию, городские новости, выпуски важнейших новостей, хит-парады. В основном, слушают радио дома.

Сравнительно активно читают прессу. Предпочтения (в порядке убывания): Антенна-Телесемь, Аргументы и факты, издания, печатающие сканворды и кроссворды, издания о садоводстве.

Интернетом пользуются менее активно. Используемые сервисы: поисковые системы, чтение новостей, социальные сети, электронная почта.

На регулярной основе посещают следующие точки продаж: ТЦ, супермаркеты, отделения Сбербанка, почта.

«Соль земли»



Размер аудитории:

8% населения РФ

Возраст:

55–65 (и более)

Пол:

64,7% — женщины, 35,3% — мужчины

Образование:

среднее

Доход:

средний

Работа:

квалифицированные специалисты, 55% работают

Семейное положение:

в браке, родители взрослых детей

ПСИХОГРАФИКА

- Предусмотрительны, консервативны, не склонны к риску.
- Сохраняют достаточно высокую активность, берут на себя часть домашних дел, могут немного работать или подрабатывать.
- Стараются сохранять свой уровень профессионализма, интересуются положением дел в мире.
- Стараются быть полезными, делать что-то для семьи, при возможности — для города или района.
- Стремятся понять базовые законы мироустройства, разобраться в политических и социальных процессах.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Практически не пользуются финансовыми услугами, склонны преувеличивать риск любого взаимодействия с финансовыми организациями.
- Ориентированы на сбережения, откладывают деньги не всегда, но достаточно регулярно.
- Не характерно наличие вкладов, текущего счета.
- Пользование кредитами также не характерно.

ХАРАКТЕРНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

- «Я всю жизнь работала врачом, и сейчас еще учусь понемножку, читаю специальную литературу. Ко мне беременные женщины приходят на консультации по

старой памяти, я их веду иногда, помогаю по мере сил» — Архангельск

- «Я живу на даче обычно. Ну что — грядки, газету читаю... Работа на даче, планшет, новости. Дома я завхоз — делаю, что могу, «экономлю» жену» — Архангельск

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Основные каналы — ТВ и радио.

Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): Первый канал, Россия 1, НТВ, СТС, ТНТ. Жанры ТВ программ: новости, программы о природе и животных, развлекательные, юмористические программы, информационно-аналитические, исторические программы, криминальная хроника, программы о семье и здоровье.

Предпочтения по радиостанциям (в порядке убывания): Радио Шансон, Дорожное радио, Авторадио, Русское радио, Маяк. Жанровые предпочтения: звонки в студию, песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), выпуски важнейших новостей, городские новости, аналитические комментарии к событиям, политические обзоры, советы о здоровье.

Менее активно читают прессу. Предпочтения (в порядке убывания): Антенна-Телесемь, Аргументы и факты, Комсомольская правда.

Интернет практически не используют.

На регулярной основе посещают следующие точки продаж: отделения Сбербанка, почта

«Консервативные пенсионеры»



Размер аудитории:

8% населения РФ

Возраст:

55–64

Пол:

61,8% — женщины, 38,2% — мужчины

Образование:

среднее

Доход:

низкий

Работа:

технический или обслуживающий персонал, 55% работают

Семейное положение:

в браке, родители взрослых детей

ПСИХОГРАФИКА

- Предусмотрительные, тревожные, консервативные.
- Как правило, разочарованы уровнем своего достатка: они думали, что будут лучше обеспечены, ожидали большей пенсии.
- Стремятся помочь детям — и в воспитании детей, и материально, ценят свое участие в их жизни, иногда просто живут жизнью детей и внуков.
- Стремятся не обременять детей не доставлять никому проблем.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Практически не пользуются финансовыми услугами, склонны преувеличивать риск любого взаимодействия с финансовыми организациями.
- Ориентированы на сбережения, однако сберегают не часто.
- Вклады на сберегательной книжке — до 30 тыс. рублей.
- Вопрос о кредите представляется закрытым с самого начала — они видят в кредитовании «жульничество и обман».

ХАРАКТЕРНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

- «Я езжу к дочери, когда зять билет оплатит — то на самолете, а если нет —

то поездом. У них трое детей. Готовлю им, гуляю с детьми, разговариваю. Надо помогать, конечно» — Архангельск

- «Конечно, нужно иметь небольшую записку. Счет в банке или просто дома. Чтобы у детей не было проблем, когда... ну вы понимаете. Чтобы им не пришлось деньги откуда-то доставать» — Архангельск
- «Когда мне рассчитали пенсию, я удивилась, почему она такая маленькая. Но мне отказались показать и объяснить расчет, просто ... ну... послали. Ну вот так теперь и живу» — Архангельск

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Основной канал информации — телевидение, остальные используются сравнительно немного. Предпочтения по каналам (в порядке убывания): Первый канал, Россия 1, НТВ, СТС, ТНТ. Жанры ТВ программ: новости, развлекательные, юмористические программы, информационно-аналитические программы, программы о природе и животных, исторические программы, криминальная хроника.

Информация в точках продаж: отделения Сбербанка, почта.

«Абитуриенты»



Размер аудитории:

8% населения РФ

Возраст:

16–19

Пол:

54,7% — мужчины, 45,3% — женщины

Образование:

среднее

Доход:

самый низкий личный доход по группе ЦА2

Работа:

в основном, не работают

Семейное положение:

живут с родителями

ПСИХОГРАФИКА

- Интроверты, консервативны, не склонны к риску.
- Главной целью на ближайшие годы является получение высшего образования; готовятся к экзаменам в школе и поступлению в ВУЗ, из-за чего нередко испытывают сильный груз ответственности и нехватку времени. Время для себя — летние каникулы.
- В большой степени рассчитывают на родителей, усваивая их установки и представления.
- Жизненная цель либо крайне отдаленная, либо не сформирована.
- Представления о финансах романтизированы и теоретичны.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Почти не пользуются финансовыми услугами.
- Не ориентированы на сбережения, не ведут учета расходов, не задумываются о пенсии.
- Не имеют текущего счета.
- Не пользуются кредитами.

ХАРАКТЕРНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

- «Надо брать от жизни что-то постоянно!» — Москва

- «Я бы хотела, чтобы жизнь не была скучной, чтобы всегда было что-то новое!» — Москва
- «Хочу поступить в лучший лицей Москвы, потом поступить в университет Испании. В дальнейшем открыть свой бизнес» — Москва

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Самый используемый канал информации — интернет. Сервисы: социальные сети, поисковые системы, электронная почта, просмотр, скачивание фильмов, видео, чтение новостей, сетевые, онлайн игры, слушание, скачивание музыки.

Потребление ТВ контента — на среднем уровне. Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): TNT, Первый канал, СТС, Россия 1, НТВ. Жанры ТВ программ: развлекательные, юмористические программы, развлекательные ток-шоу, новости, музыкальные программы.

Из радиостанций предпочитают Европу Плюс с большим отрывом от других каналов. Жанровые предпочтения: хит-парады, песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), звонки в студию. В основном, слушают радио дома.

«Хаос амбиций»



Размер аудитории:

4% населения РФ

Возраст:

16–19

Пол:

51,8% — женщины, 48,2% — мужчины

Образование:

среднее

Доход:

низкий

Работа:

половина работает

Семейное положение:

40% в гражданском или официальном браке

ПСИХОГРАФИКА

- Экстраверты, склонны к риску, эмоциональны.
- Живут моментом, стремятся «производить впечатление», склонны к демонстративному потреблению.
- Очень важно ощущение свободы и легкости, отсутствия ограничений.
- Нет единой системы жизни — она распадается на хаос несвязанных поступков и желаний.
- Склонны преуменьшать риск или преувеличивать свою способность справиться с возникающими проблемами.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Опыт пользования финансовыми услугами незначительный.
- Декларируют ориентацию на сбережения, однако не сберегают.
- Не имеют текущего счета или вклада.
- Небольшие кредиты, например, на покупку мобильного.

ХАРАКТЕРНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

- «Одно время я думаю, что нужно заниматься финансовой независимостью, чтобы планировать будущую семью. Потом, на следующей неделе, я думаю «да ну!», надо модно одеться и куда-нибудь пойти. А на следующей неделе мне просто хорошо, я улыбаюсь, и мне нравится, как я живу!» — Краснодар

- «Пока я молод, не обременен семьей и ипотекой я могу искать себя. Жизнь как затяжной фестиваль!» — Краснодар

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Единственный сегмент из молодежной аудитории, которому просмотр телевидения немного более свойственен, чем пребывание в сети интернет. Для них также более характерно, чем для ЦА 2 в целом, чтение газет.

Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): TNT, Первый канал, СТС, Россия 1, НТВ. Жанры ТВ программ: развлекательные ток-шоу, развлекательные, юмористические программы, музыкальные программы.

Интернет-сервисы: социальные сети, поисковые системы, электронная почта, просмотр, чтение новостей, просмотр, скачивание фильмов, видео, тематические рассылки, подписки, сетевые, онлайн игры.

Радио: Европа Плюс с большим отрывом от других каналов. Жанровые предпочтения: хит-парады, песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), звонки в студию, беседы со знаменитыми людьми. В основном, слушают радио дома.

Пресса — предпочтения (в порядке убывания): Лиза, Комсомольская правда, Cosmopolitan.

«Разумная молодежь»



Размер аудитории:

4% населения РФ

Возраст:

20–23

Пол:

58,3% — женщины, 41,7% — мужчины

Образование:

50% среднее/ 50% высшее

Доход:

средний

Работа:

66% работают, технический и обслуживающий персонал

Семейное положение:

в основном, живут с родителями

ПСИХОГРАФИКА

- Предусмотрительные, осторожные, не склонны к риску.
- Активны, в том числе в поиске информации, стараются во всем разобраться.
- Высокая ценность семьи, высокая ценность закона.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Пользуются финансовыми услугами, адекватно оценивая их возможности и реальную стоимость услуги, если не понимают механизм действия услуги, то склонны быть осторожными, отказываются от нее.
- Разумно и ответственно подходят к формированию бюджета.
- Осознанно относятся к пенсии. Стараются создавать накопления, откладывать деньги.
- Значимо выделяются из молодежной аудитории по наличию текущего счета.
- Пользование кредитами не характерно, но если берут, то выплачивают кредиты в срок, аккуратно пользуются кредитными картами.

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Самый используемый канал информации — интернет. Сервисы: поисковые системы, социальные сети, электронная почта, чтение новостей, просмотр, скачивание фильмов, видео, слушание, скачивание музыки.

Потребление ТВ контента — на среднем уровне. Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): Первый канал, ТНТ, СТС, Россия 1, НТВ. Жанры ТВ программ: развлекательные, юмористические программы, развлекательные ток-шоу, новости, музыкальные программы, программы о природе и животном мире.

Радио: Европа Плюс с большим отрывом от других каналов. Жанровые предпочтения: хит-парады, песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), звонки в студию, шутки и анекдоты, выпуски важнейших новостей. В основном, слушают радио в машине.

На регулярной основе посещают следующие точки продаж: супермаркеты, аптеки.

«Искатели приключений»



Размер аудитории:

2% населения РФ

Возраст:

22–23

Пол:

53,9% — женщины, 46,1% — мужчины

Образование:

высшее

Доход:

самый высокий по группе ЦА2

Работа:

80% работают, квалифицированные специалисты

Семейное положение:

живут с родителями, с партнером или отдельно

ПСИХОГРАФИКА

- Рискующие, открыты ко всему новому.
- Оптимистичны и радостны, спонтанны.
- Внимательно относятся к своим способностям, стремятся их использовать, развивать.
- Есть большая цель в жизни, хотя и не всегда четко сформулированная
- Очень важно ощущение свободы и легкости, отсутствия ограничений.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- Активные пользователи финансовых услуг
- Легко тратят деньги, склонны к спонтанным покупкам.
- Не ориентированы на сбережения. Ориентированы на выгоду. О пенсии пока не задумываются.
- Активные пользователи кредитов, в т.ч. «быстрых» небанковских.

ХАРАКТЕРНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ

- «Хочешь быть богатым? Живи и трать как богатый» — Краснодар
 - «Когда подворачивается что-то новое, интересное, я думаю, что стоит рискнуть — если ты, конечно, хоть немного соображаешь, что ты потом будешь с этим делать и зачем оно все» — Краснодар
- Каналы получения информации

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Самый используемый канал информации — интернет. Сервисы: поисковые системы, социальные сети, электронная почта, чтение новостей, просмотр, скачивание фильмов, видео.

Потребление ТВ контента — на среднем уровне. Предпочтения по ТВ каналам (в порядке убывания): Первый канал, ТНТ, СТС, Россия 1, НТВ. Жанры ТВ программ: новости, развлекательные, юмористические программы, развлекательные ток-шоу, музыкальные программы, научно-популярные и информационно-аналитические передачи.

Радио — на среднем уровне. Предпочтения: Европа Плюс, Авторadio, Дорожное радио, Радио ENERGY. Жанровые предпочтения: хит-парады, звонки в студию, песни по заявкам (интерактивное взаимодействие со слушателем), информация о ситуациях на дорогах. В основном, слушают радио в машине.

Прессу читают в меньшей степени. Предпочтения (в порядке убывания): Антенна-Телесемь, Cosmopolitan, Лиза, Комсомольская правда.

На регулярной основе посещают следующие точки продаж товаров и услуг: торговые центры, супермаркеты, кафе, аптеки.

«ФИНАНСОВЫЕ ЗВЕЗДЫ» В «БАЛТИЙСКОМ АРТЕКЕ»

На молодежном форуме в Калининградской области игра-квест по финансовой грамотности собрала около 100 участников.

Игра-квест «Финансовые звезды» учит грамотно пользоваться финансовыми услугами и защищать прав потребителей при взаимодействии с банками и страховыми компаниями. На время игры ее участники, подростки в возрасте от 14 до 17 лет, перенеслись в мир фантастики, где присоединились к реализации крупных проектов по строительству звездолетов и финансированию межпланетных экспедиций. Объединившись в корпорации, они выступали не только в роли покорителей космоса, но и в роли потребителей финансовых услуг.

По условиям игры участники перемещались между различными игровыми площадками, на которых могли заработать деньги, выгодно вложить их или получить кредит. На площадке было представлено два конкурирующих банка, и потребители должны были выбирать более выгодные процентные ставки по депозитам и кредитам. Игрокам приходилось страховать имущество и здоровье, поскольку им то и дело угрожали страховые случаи — от «пожара» до «укуса змеи». Поскольку по сценарию банки нарушали условия заключенных договоров, для защиты сво-

их прав потребителям приходилось обращаться в суд.

Игра продолжалась три дня, с 7 по 9 июля. В заключительный игровой день за звание победителя сражались 7 корпораций.

«Игра проходила в увлекательной атмосфере. Здесь каждый мог получить новые знания, приобрести навыки, которые, несомненно, пригодятся в будущем», — отметила Юлия Рихтер, координатор Калининградской областной программы повышения финансовой грамотности.





АЛТАЙСКИЙ СЕМИНАР: ВОПРОСЫ ШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В Алтайском крае 20–21 июля прошел межрегиональный семинар по финансовому образованию детей и молодежи. Мероприятие было организовано в преддверии предстоящей в 2015/16 учебном году апробации учебно-методических комплексов по финансовой грамотности.

Каждый учебно-методический комплекс включает учебную программу, пособие для учащихся с 1 по 11 класс, методические рекомендации для учителей, материалы для родителей и методику оценки результатов для преподавателей.

Участники — педагоги, представители администрации края, авторы учебных пособий и координаторы программы из других регионов — обсудили подходы к реализации образовательных программ, опыт участия образовательных организаций Алтайского края в проектах по

формированию финансовой грамотности в рамках учебно-методических комплексов «Финансовая грамотность» и «Учебная фирма». Рассматривалась предложенная в рамках Проекта Минфина модель апробации образовательной программы в Алтайском крае.

С докладом о международном опыте финансового образования детей и молодежи выступила глава департамента по финансам и предпринимательству ОЭСР Флор-Анн Мэсси.

«Развитие финансовой грамотности молодежи — одно из ключевых направлений нашей инициативы, — рассказала стратегический координатор Проекта Анна Зеленцова. — Школьники скоро станут пользователями финансовых услуг и нуждаются в получении базовых знаний об управлении личными финансами. Наша задача — сделать так, чтобы внедрение новой дисциплины в учебный процесс проходило органично, поэтому первым шагом в этом направлении является пилотирование образовательных программ в школах».



КАРТА ДЛЯ ВЕТЕРАНА

Продвигая кредитные продукты, сотрудники банков не всегда делают скидку на финансовую неграмотность социально-незащищенных групп населения.

А у пенсионеров, ветеранов, инвалидов нередко нет ни сил, ни возможности самостоятельно отстаивать свои права. Повлиять на ситуацию помогает сотрудничество консультационных центров Роспотребнадзора с домами ветеранов и органами соцзащиты. Так, отдел консультационных услуг для потребителей ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в городе Москве» сотрудничает со службой «тревожная кнопка», к которой обращаются ветераны со своими проблемами. Если никаких формальных нарушений банком допущено не было, остается апеллировать к морали. Об одном из таких случаев рассказала на конференции Роспотребнадзора заведующая отделом консультационных услуг столичного Центра гигиены и эпидемиологии Марина Метельская.

В отделении банка ветерану выдали «в подарок» «золотую» кредитную карту. Сотрудник банка пояснил пожилой женщине, что на этой карте можно хранить денежные средства и с ее помощью расплачиваться в магазинах.

Ветеран поняла его так, что обслуживание этой карты также будет бесплатным — «подарок же».

Когда она положила на карту три тысячи рублей, и эти средства были тут же списаны, женщина была шокирована. «Формально банк прав: она подписала все документы — она просто не поняла сути вопроса. Единственное, что мы смогли сделать — поехать в этот банк и провести просветительскую работу, потому что в этой ситуации, естественно, мы не можем

никого заставлять, — продолжила Марина Метельская. Я сказала сотруднику банка: «Молодой человек, Вы, или Ваши родственники, или соседи, наверное, шли 9 мая через Красную площадь с портретом погибшего ветерана. Но почему Вы не можете к живущим ветеранам относиться с вниманием и уважением?» Он мне ответил: «Знаете, я не подумал. Для меня все обращающиеся — это источник финансирования деятельности банка. Я не смотрю, кто пришел».

Представляется, что многие банки — в репутационном смысле — только выиграют, если в их внутренних документах будет записано, что самым пожилым и уязвимым гражданам не стоит предлагать дорогие и не предназначенные для них финансовые продукты.

АНОНС СОБЫТИЙ

ВСЕРОССИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ СБЕРЕЖЕНИЙ



С 23 по 31 октября пройдет Всероссийская неделя сбережений — крупнейшее событие, направленное на финансовое просвещение широких слоев общества. Мероприятие, приуроченное к Всемирному дню сбережений, проводится в рамках Проекта Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» уже во второй раз. В этом году в ней смогут принять участие более 1,5 млн граждан.

В рамках Всероссийской недели сбережений пройдут бесплатные тематические семинары, лекции, консультации, тренинги и мастер-классы, а также Всероссийский экзамен по финансовой грамотности и фестивали финансовой грамотности в более чем 20 регионах России.

23 октября Неделю сбережений откроет Всероссийский экзамен по финансовой грамотности в

Москве. Проверить свои знания смогут представители профессионального и академического сообществ, журналисты, деятели культуры и искусства, спортсмены и обычные граждане. Одновременно начнется и онлайн-тестирование финансовой грамотности жителей всех регионов России.

С 24 по 31 октября в регионах пройдут массовые фестивали финансовой грамотности, на которых граждане смогут как получить консультации, так и принять участие в развлекательных и обучающих мероприятиях.

В ходе Недели сбережений на площадках ведущих вузов страны будут даны открытые лекции и мастер-классы по финансовой грамотности для взрослого населения и молодежи.

31 октября Всемирный день сбережений в Москве пройдет

под лозунгом «Нормы финансового ГТО — готов и теоретически образован!» В этот день все желающие смогут в интерактивной форме проверить свои знания и навыки в управлении личными финансами, посетить семинары, получить индивидуальные консультации экспертов по управлению личными финансами, а также по налоговым, пенсионным, страховым и другим вопросам финансовой грамотности.

Кроме того, на информационно-образовательном сайте Проекта по повышению финансовой грамотности каждый сможет задать свой вопрос по управлению личными финансами представителям Минфина России или поделиться своими историями о «взаимоотношениях» с личными финансами. Рассказы посетителей портала будут проанализированы тьюторами Проекта Минфина России, которые подготовят свои рекомендации и проконсультируют граждан по заданным вопросам.

СЕМИНАР-ПРАКТИКУМ «ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВОГО ЗДОРОВЬЯ» ДЛЯ ЖЕНЩИН

Современные женщины — активные и самостоятельные, но им часто не хватает финансовых знаний. Семинар-практикум «Диагностика финансового здоровья», который пройдет в рамках Недели сбережений, предоставит участницам возможность оценить различные стороны своей финансовой жизни и открыть для себя новые перспективы.

Содержание семинара сформировано на основе книги «Финансовое здоровье», разработанной в рамках Проекта Минфина России по повышению финансовой грамотности населения. С помощью преподавателя участницы семинара смогут проверить, правильно ли спланирован их бюджет, защищены ли их планы от рисков, гармонично ли выстроены финансовые отношения в семье. Каждая участница сможет создать индивидуальную карту состояния финансового здоровья и узнает о базовых правилах:

- управления бюджетом (включая и такие важные статьи расходов, как здоровье и красота);
- планирования будущего и защиты от рисков;
- формирования «подушки безопасности» и движения к важным финансовым целям;
- поиска подходящих финансовых помощников.

В подарок все участницы получат книгу «Финансовое здоровье»,



которая содержит множество полезных советов и идей для гармонизации финансовой стороны жизни. Десятитысячный тираж книги будет напечатан специально к Неделе сбережений-2015 при поддержке официального партнера Недели сбережений, компании «Мастер Кард».

Планируется, что семинары пройдут во всех регионах, присоединившихся к проведению информационно-просветительских и образовательных меро-

приятий Всероссийской недели сбережений.

Точные адреса проведения семинара-практикума «Диагностика финансового здоровья» для женщин можно узнать на сайте Недели сбережений (www.sberden.ru). Кроме того, поучаствовать в семинаре можно и в режиме он-лайн — www.sberden.ru/contents/wellf/, а в «Библиотеке материалов» — скачать электронную версию книги «Финансовое здоровье».

КАЛЕНДАРЬ МЕРОПРИЯТИЙ

КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ ПРОЕКТА

Мероприятие	Место проведения / организаторы
Сентябрь Реализация дистанционных образовательных курсов «Финансовая грамотность для студентов», «Финансовая грамотность для активных и потенциальных потребителей финансовых услуг», «Финансовая грамотность для людей старшего возраста»	г. Архангельск Министерство финансов Архангельской области Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова www.narfu.ru
24–25 сентября Вторая межрегиональная конференция «На пути к Национальной стратегии финансовой грамотности: международный опыт, российские практики и роль регионов»	г. Волгоград Министерство финансов РФ, Комитет финансов Волгоградской области, Волгоградский государственный университет www.volgaфин.volgafin.ru , www.minfin34.ru www.volsu.ru
Сентябрь Проведение тематических просветительских мероприятий среди школьников, студентов и других категорий граждан по вопросам финансовой грамотности	г. Саратов Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова» www.seun.ru
Сентябрь Проведение просветительского мероприятия по вопросам финансовой грамотности на базе информационно-консультационного центра	г. Саратов Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова» www.seun.ru
Сентябрь — октябрь Проведение тематических просветительских вебинаров/семинаров для сельского населения по вопросам финансовой грамотности	г. Ставрополь Министерство финансов Ставропольского края www.mfsk.ru/fin_gram

Мероприятие	Место проведения / организаторы
<p>Сентябрь — октябрь</p> <p>Проведение конкурса по отбору инициатив населения Ставропольского края, направленных на повышение финансовой грамотности и защиту прав потребителей финансовых услуг</p>	<p>г. Ставрополь</p> <p>Министерство финансов Ставропольского края www.mfsk.ru/fin_gram</p>
<p>30 сентября — 2 октября</p> <p>Глобальный симпозиум Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) по финансовому благосостоянию</p>	<p>г. Куала-Лумпур (Малайзия)</p> <p>ОЭСР www.oecd.org/finance/malaysia-oecd-symposium-financial-education.htm</p>
<p>Сентябрь-октябрь</p> <p>Тематические уроки в школах по ключевым аспектам прав потребителей финансовых услуг</p>	<p>г. Калининград</p> <p>Министерство финансов Калининградской области www.minfin39.ru</p>
<p>Сентябрь-октябрь</p> <p>Всероссийский конкурс для учителей по разработке материалов по финансовой грамотности для включения в школьные предметы</p>	<p>г. Москва</p> <p>«Учительская газета» www.ug.ru</p> <p>Министерство финансов Российской Федерации www.minfin.ru</p>
<p>15-16 октября</p> <p>Межрегиональный семинар «Особенности организации и проведения региональных информационных кампаний по повышению финансовой грамотности населения»</p>	<p>г. Томск</p> <p>Департамент финансов Томской области www.findep.org</p>
<p>Октябрь</p> <p>Проведение среди образовательных организаций Ставропольского края, а также некоммерческих общественных организаций олимпиад, конкурсов по вопросам финансовой грамотности</p>	<p>г. Ставрополь</p> <p>Министерство финансов Ставропольского края www.mfsk.ru/training/fin_gram</p>
<p>Октябрь</p> <p>Проведение конкурса образовательных материалов по финансовой грамотности среди педагогических работников образовательных организаций Ставропольского края</p>	<p>г. Ставрополь</p> <p>Министерство финансов Ставропольского края www.mfsk.ru/training/fin_gram</p>
<p>16-17 октября</p> <p>Школа финансовой журналистики, осенняя сессия</p>	<p>г. Томск</p> <p>Некоммерческое партнерство по развитию финансовой культуры «Финансы Коммуникации Информация» www.VLFin.ru</p>

Мероприятие	Место проведения / организаторы
<p>Октябрь</p> <p>Реализация программ: «Финансовая грамотность для людей старшего возраста» (очное обучение); реализация дистанционных образовательных курсов «Финансовая грамотность для студентов», «Финансовая грамотность для активных и потенциальных потребителей финансовых услуг», «Финансовая грамотность для людей старшего возраста»</p>	<p>г. Архангельск</p> <p>Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова</p> <p>www.narfu.ru</p>
<p>Сентябрь–октябрь</p> <p>Деловые игры по тематике финансовой грамотности со школьниками</p>	<p>г. Краснодар</p> <p>Министерство образования и науки Краснодарского края, Департамент по финансовому и фондовому рынку Краснодарского края</p> <p>www.finmarket.kubangov.ru</p>
<p>Октябрь–декабрь</p> <p>Завершающий этап творческого Конкурса плакатов и видеороликов на тему защиты прав потребителей финансовых услуг среди вузов Российской Федерации.</p>	<p>г. Москва</p> <p>«КАК Проект»</p> <p>hochumoguзнану.рф</p>

<p>23–31 октября</p> <p>Всероссийская Неделя сбережений</p>	
<p>23 октября</p> <p>Всероссийский экзамен по финансовой грамотности</p>	<p>г. Москва</p> <p>www.sberden.ru</p>
<p>23–31 октября</p> <p>Обучающие мероприятия Недели сбережений: открытые лекции, семинары, деловые игры со школьниками и студентами</p>	<p>г. Москва, регионы-участники Проекта</p> <p>www.sberden.ru/calendar/</p>
<p>24–30 октября</p> <p>Фестивали финансовой грамотности «Нормы финансового ГТО — готов и теоретически образован!»: развлекательно-образовательные мероприятия</p>	<p>Регионы-участники Проекта</p> <p>www.sberden.ru</p>
<p>31 октября</p> <p>Фестиваль финансовой грамотности «Нормы финансового ГТО — готов и теоретически образован!»: развлекательно-образовательное мероприятие</p>	<p>г. Москва</p> <p>www.sberden.ru</p>

Проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»

Наши контакты:

Проектная группа

Анна Зеленцова,
Стратегический
координатор Проекта
+7 (495) 792-30-10
annaz@fer.ru

Анна Цой,
Помощник
Проектной группы
+7 (495) 792-30-10
avt@fer.ru

Пресс-центр Проекта

Олег Шульц
+7 (916) 798-48-47

Татьяна Гончарова
+7 (915) 318-82-87

fingram.press@gmail.com