

*Анна Зеленцова,
стратегический координатор проекта
Минфина России и Всемирного банка
«Содействие повышению уровня
финансовой грамотности населения
и развитию финансового образования
в Российской Федерации»*



Грамота для взрослых

Почему обучать финансовой грамотности взрослых сложнее, чем детей

Взрослая аудитория – «крепкий орешек» для всех, кто занимается финансовым просвещением. С детьми всё гораздо понятнее: через детские сады и школы можно системно и массово работать с целым поколением. А как дотянуться до взрослых? Давайте посмотрим, какие практические решения существуют за рубежом и насколько они применимы в России.

Проблема финансового просвещения взрослых людей существует во всём мире. Как сформировать у них внутреннюю мотивацию приобретать навыки по управлению личными финансами? Особенно у людей с низкими доходами, социально уязвимых, склонных к рискованному финансовому поведению. Часто от них можно услышать (в какой бы

стране они ни проживали): «Я не имею столько денег, чтобы такое обучение было для меня актуальным». То есть именно те, кому больше всего нужна финансовая грамотность, от кого зависит благополучие их семей, зачастую менее всего предрасположены учиться. Кроме того, взрослым (в особенности мужчинам) сложнее всего признать отсутствие финансовых знаний.

Возрастной цикл

Очень любопытны данные о возрастном цикле финансовой грамотности, который изучали на примере многих стран (в России такое исследование проводило НАФИ). В целом картина такова. Опыт управления личными финансами непосредственно связан с трудовой и экономической активностью индивидуума. Уровень финансовой грамотности у человека повышается вплоть до 45 лет, затем начинает снижаться, и особенно заметным это снижение становится с выходом на пенсию. При этом в большинстве стран этот уровень выше у мужчин: они отвечают за долгосрочное финансовое планирование и инвестирование, в то время как на женщинах обычно лежат ежедневные траты и ведение семейного бюджета. Но Россия оказалась исключением из общего правила: у мужчин уровень финансовой грамотности после 45 лет снижается значительно сильнее, чем у женщин. Это связано с тем, что российские мужчины в активном трудоспособном возрасте в массе своей долгосрочным планированием не занимаются и не приобретают соответствующих навыков, а женщина — хочет она или нет — чаще всего остаётся «главным бухгалтером» семьи.

Застать на работе

Одним из заметных трендов за рубежом в последнее время становятся программы по финансовой грамотности на рабочем месте. Действительно, где ещё заниматься финансовым просвещением, как не там, где человек проводит столько времени! Вот только зачем это нужно работодателю и зачем — работнику?

Давайте поищем интерес для обеих сторон. Ещё пару лет назад только предполагалось, что сотрудники с финансовыми проблемами чаще болеют, испытывают психологические трудности и что у них снижается производительность труда. Но в последнее время исследователи из ряда стран (Нидерланды, Австралия, Канада) получили качественные данные, которые подтверждают это. На Всемирном симпозиуме ОЭСР по финансовому просвещению в ноябре 2017 года руководитель национальной программы повышения финансовой грамотности Нидерландов Олаф Симонс (Olaf Simonse) описал масштаб проблемы в следующих цифрах:

- сотрудники с финансовыми затруднениями обходятся работодателю в среднем на



Программы по финграмотности на рабочем месте становятся за рубежом заметным трендом

13 тыс. евро в год дороже из-за снижения работоспособности и заболеваний;

- у 62% работодателей в штате есть сотрудники с финансовыми проблемами;
- 40% неисправных должников, прибегающих к процедуре реструктуризации долгов, имеют постоянное место работы.

Таким образом, работодатель прямо заинтересован в том, чтобы помочь своим сотрудникам преодолеть финансовые трудности. Подсчитано, что при правильном подходе каждый евро (или рубль), вложенный в финансовую грамотность сотрудников, может дать отдачу в несколько евро (рублей) в виде повышения производительности труда и снижения заболеваемости и абсентизма (отсутствия на рабочем месте) сотрудников. И задачи эти можно решать в рамках программ корпоративной социальной ответственности.

Далее встаёт вопрос, как реализовать финансовое просвещение сотрудников на рабочем месте — в каких форматах, с какой периодичностью, с привлечением каких специалистов. Зарубежные корпорации подходят к этому по-разному. Где-то эта миссия возложена на финансовый департамент, специалисты которого занимаются наставничеством и обучением коллег. Где-то задействуют интранет: в специальном разделе внутреннего корпоративного сайта сотрудникам предлагают почитать лайфхаки, пройти тесты, посмотреть ролики. В некоторых случаях даже используют специальную заставку, которая всплывает при включении компьютера: не прочитав очередной порции

информации по управлению личными финансами, сотрудник не может перейти на свой «рабочий стол».

Мы изучали зарубежный опыт и даже успели реализовать несколько небольших пилотных программ повышения финансовой грамотности на рабочем месте с крупными компаниями — разумеется, с учётом российской специфики. Так, у нас был проект с «Норильским никелем», рассчитанный как на офисных сотрудников, так и на работников цеха (для последних — в формате радиопередачи). Аналогичный проект реализовали в Ставропольском крае с рядом агропромышленных компаний. Коллеги из Регионального центра финансовой грамотности в Екатеринбурге в прошлом году попробовали действовать через профсоюзы. Вместе они убедили нескольких крупных работодателей в важности финансового просвещения работников и показали, как эта тема связана с социальной защитой. На производство пригласили финансовых консультантов-советников, которые провели занятия для трудового коллектива и индивидуальные консультации для всех желающих — например, по поводу того, как рассчитывается трудовой стаж и что нужно, чтобы получить максимальную пенсию.

Развитие проектов финансовой грамотности на рабочем месте становится, пожалуй, одной из приоритетных задач на 2019–2020 годы. Нам нужны конкретные успешные бизнес-кейсы от компаний-лидеров, примеру которых потом последуют другие, когда увидят, что это выгодно и сотрудникам, и работодателю. Тем более что в Нидерландах, Новой Зеландии, Австралии это уже очень неплохо работает.

Канал для социально незащищённых

Есть ещё одно важное направление работы со взрослой аудиторией — обучение работников органов социальной защиты и МФЦ. По роду своей деятельности они в ежедневном режиме контактируют с очень нужной нам аудиторией — социально незащищёнными гражданами. При этом соцзащита у нас сегодня отделена от финансового консультирования: мало кто из сотрудников соцслужб способен квалифицированно рассказать о том, какую льготу выгоднее применить обратившемуся, о налоговых вычетах, использовании материнского капитала и т. д. Разумеется, не ставится задача, чтобы работник соцзащиты научился

владеть этими вопросами на уровне финансового консультанта. Но рассказать базовые вещи, показать варианты действий и направить в нужную сторону он должен уметь.

Под эгидой «Фонда хороших идей» мы уже сделали пилотный проект в нескольких регионах и планируем масштабировать этот опыт.

Фокус на социальные и возрастные группы

В общей сложности у нас сейчас разработано более 40 обучающих модулей, рассчитанных на взрослую аудиторию (все материалы доступны на портале «Ваши финансы.рф» в разделе «Библиотека»).

Мы следуем мировому опыту, таргетируя учебно-образовательные материалы на группы — возрастные и социальные, потому что участники таких групп обычно имеют схожие проблемы в области финансовой грамотности. Например, пенсионерам особенно сложно приспособиться к тренду цифровизации в сфере финансовых услуг, они чаще становятся жертвами мошенников. Поэтому обучение цифровой и финансовой грамотности здесь должно идти рука об руку.

Другой актуальный пример — военные пенсионеры. В частности, их много в Калининградской области: военнослужащие выходят на пенсию рано и часто плохо адаптированными к гражданской жизни — социально и экономически. Для них в этом российском эксклаве специально запустили курс по финансовой грамотности. В других регионах — свои приоритетные целевые группы. Например, на Алтае, в Ставропольском и Краснодарском краях это представители малого сельскохозяйственного бизнеса, фермеры, на которых нацелены специальные программы обучения.

Сейчас в мире набирает обороты новый тренд — финансовое просвещение мигрантов. ОЭСР разработала набор рекомендаций по взаимодействию с этой аудиторией. Для России это очень актуально, поэтому, скорее всего, мы тоже начнём эту работу в будущем году в виде «пилота». Всё-таки трудовые мигранты для нашей страны — заметная сила, которая работает на российскую экономику. И это тоже важно, чтобы мигранты пользовались финансовыми услугами, сберегали, повышали уровень финансовой грамотности. Это создаёт ситуацию win-win — когда выигрывают все стороны. 🙌