



Преодолеть гравитацию

Как сформировать в России сообщество профессионалов, занимающихся распространением финансовой грамотности

Кто больше других заинтересован в распространении финансовой грамотности – потребители, бизнес или государство? Какой может быть роль профессионального сообщества? Об этом журнал «Дружи с финансами» побеседовал с Александром Аузаном, деканом экономического факультета МГУ и научным руководителем работ по созданию концепции развития сообщества профессионалов в области распространения финансовой грамотности и защиты прав потребителей финансовых услуг.

О роли государства и бизнеса

– Кто, на ваш взгляд, прежде всего заинтересован в распространении финансовой грамотности – потребители, государство, бизнес?

– Мне кажется, ситуация сложнее, потому что каждый из этих субъектов (или сил) и заинтересован, и не заинтересован в повышении финансовой грамотности. **Начнём с потребителя.** Вроде бы финансовая грамотность его защищает, но она же отнимает у него время! Он мог бы стихи почитать, а тут нужно схемы изучать, как устроено то или иное мошенничество. Мир противоречив. Для потребителя в плюсе – возможность снизить финансовые риски или увеличить выгоды, но в минусе, как всегда, транзакционные издержки¹, потому что блага не достаются бесплатно. Нужно потратить на их приобретение часть жизни, кусок своего личного времени, и это обидно.

Государство. За этим словом скрываются регуляторы, которые отвечают за развитие финансовой системы, за макроэкономическую стабильность. У них свои собственные страхи. Вспомним китайскую историю, когда на биржу вышло большое количество людей, абсолютно не готовых к работе на фондовом рынке. В результате в 2015–2016 годах произошёл его обвал с тяжёлыми последствиями как для динамики китайской финансовой системы, так и для социального самочувствия. Этого государство точно не хочет, и в этом смысле власть, регуляторы хотят, чтобы к финансовым инструментам подходили люди, которые знакомы с «техникой безопасности». Делая упор на распространение финансовой грамотности среди населения, государство в каком-то смысле разделяет свою ответственность за то, что происходит, со всем населением страны. Логика примерно такая: «У нас, у государства, что-то не так с нормативными актами? Бог с ними. Мы как регуляторы не вовремя ловим какие-то схемы мошенничества? Это не самое важное. Самое важное – чтобы человек был грамотен, тогда он сам себя в обиду не даст». Мир устроен сложно, и, мне кажется, очень сильная мотивация государства в распростра-

нении финансовой грамотности связана с возможностью диверсификации политического риска, что для власти всегда важно. Ему важно разделить эти риски с бизнесом, а главное – с избирателем, с населением, сказать: «Это наше общее дело, наша общая проблема».

Бизнес. Тут ещё сложнее, потому что, во-первых, бизнес очень неплохо зарабатывает на асимметрии информации² и понимает опасность появления грамотного потребителя. Приведу пример времён дефолта 1998 года. Рассказывали, что некоторые банки давали указания своим офисам при появлении человека, который начинает говорить правильные слова, немедленно



Делая упор на распространение финансовой грамотности среди населения, государство в каком-то смысле разделяет свою ответственность за то, что происходит, со всем населением страны

изолировать его от остальных (увести в отдельное помещение, быстро удовлетворить его требования), чтобы «зараза» не распространялась. Заметим: рассказывали это люди из ведущих российских банков. С другой стороны, есть ли у бизнеса заинтересованность в правильном финансовом поведении клиента? Да, потому что есть такая штука, как «набег». Если потребитель, вкладчик, акционер впадает в панику, то ничего хорошего для бизнеса от этого не произойдёт. Убедить его не совершать резких движений – точно в интересах бизнеса. С третьей стороны, бизнес очень разный. Поэтому тот, кто хочет играть в конкурентной борьбе на качестве, заинтересован в том, чтобы потребитель разобрался в предлагаемых услугах: «Если потребитель хочет качества, то ему необходимо дать знания настолько, чтобы он смог посмотреть на различные финансовые организации, сравнить их услуги и прийти ко мне, потому что у меня, правда, очень хорошее соотношение цены и качества».

¹ Транзакционные издержки – экономический термин, которым описываются косвенные, часто неучитываемые расходы на сбор и обработку информации, проведение переговоров и принятие решений, контроль, юридическую защиту и т. п.

² Асимметрия информации – экономический термин, описывающий ситуацию, при которой одна сторона сделки (как правило, продавец) знает о её предмете много больше второй стороны (как правило, покупателя).

– Со стороны бизнеса есть интересные инициативы в области распространения финансовой грамотности, но основную работу всё равно делает государство. Почему?

– Во-первых, экономическая модель, в которой мы живём в последние 10 лет, – это государственный капитализм. В значительной степени это касается и финансовой сферы, банков, где в верхнем эшелоне остался только один большой частный банк. Поэтому и основная роль здесь сейчас у государства. Сработало и отношение населения к государству (расчёт на то, что в любой кризисной ситуации, которую создал сам человек, государство вывезет, выручит). Хочу заметить, что в 1990-е годы было по-другому. Тогда основными силами в вопросах распространения финансовой информации были бизнес и некоммерческие организации. Но тогда была другая экономическая модель.

Во-вторых, у бизнеса есть такой мотив, как социальная ответственность. Она возникает не по причинам душевного характера. Она возникает в ситуации, когда бизнес пытается опередить меры государства по его (бизнеса) принуждению к каким-то действиям и расходам в социальной сфере. Бизнес, который делает это заранее, делает это в тот момент, когда он сам считает нужным понести такие расходы и в тех направлениях, которые сам считает нужными. Видимо, в области финансовой грамотности у нас эта связка сейчас работает слабо. Скорее всего, не было сильного внешнего шока, который привёл бы к серьёзным и массовым движениям со стороны потребителей и заставил бизнес играть на опережение. Поэтому мне кажется, что нынешний уровень участия бизнеса в распространении финансовой грамотности, – это участие только со стороны тех игроков, которые рассматривают такую работу в качестве элемента повышения собственной конкурентоспособности.

О профессиональном сообществе, стандартах, взаимном тяготении и барьерах

– Какой может быть роль профессионального сообщества в распространении финансовой грамотности? Кто эти люди, что их объединяет и мотивирует?



– **Начнём с учителей**, потому что грамотностью в первую очередь профессионально занимается учитель. Я имею в виду не только школьного учителя. Это и преподаватель центра повышения квалификации, и методист. Почему они начинают преподавать финансовую грамотность? Мотивы бывают очень разные. Например, человек начинает скучать в рамках привычных предметов, ищет обновления. Или он делает карьеру, становится первым преподавателем финансовой грамотности не только в своей школе, но и в городе. Мир человек хочет поменять! Денег человек хочет заработать. Ведь если он первый и хорошо работает в этой области, то какие-нибудь премии на конкурсах может получить, на курсах повышения квалификации может преподавать, учить других. Перечень мотивов, конечно, неполный хотя бы потому, что это самая массовая группа в нынешнем протосообществе профессионалов, занимающихся распространением финансовой грамотности.

Дальше – **консультанты**. Их, думаю, значительно меньше. Здесь другая субкультура – в том смысле, что их деятельность нередко направлена на обмен своих умений на деньги. Это более прагматичная часть сообщества. Рядом другая, но похожая категория – те, кто защищает права потребителей финансовых услуг. Это адвокат, например, или вообще юрист. Он действует примерно как консультант – обменивает свои знания на доход. Но в этой группе есть и другие люди – те, кто работает в некоммерческих организациях, а в некоммерческих организациях, как известно, другая,

более разнообразная мотивация. Она связана с достижением нематериальных ценностей.

Пресса. Это не только журналисты, но ещё и блогеры. Им в большей степени, чем другим, трудно или даже невозможно работать без остальных элементов сообщества, потому что откуда-то надо брать факты, примеры, идеи и так далее. Притом в конечном счёте их аудитория даже больше, чем у учителей и преподавателей.

Аналитики и эксперты, которые могут работать в университетах, в компаниях, в государственных органах. Они занимаются анализом того, что происходит, исследованием перспектив разных финансовых инструментов, рынков... Они подпитывают этим знанием и учителя, и журналиста, и консультанта.

Чиновники. Раз это дело государственное, то есть люди и на федеральном уровне, и на региональном, и на муниципальном, которые включились в эту работу и которых заботит, например, вопрос о том, как регион будет выглядеть в рейтинге финансовой грамотности. Я не думаю, что сейчас их очень много, хотя если мы учтём, что Минфин и Банк России всерьёз взялись за эту тему, то не так уж и мало.

Наверняка я кого-нибудь не назвал, но какой вывод можно сделать из этой фазы наших рассуждений? Это — протосообщество. Люди притягиваются друг к другу, потому что этого требуют их профессии. Но у него пока нет общей системы кровообращения, инфраструктуры, которая должна создать условия для получения быстрых внутренних услуг: выяснить, что происходит по интересующему вопросу в регионе, найти специалиста, получить свежую нормативную информацию, сделать факт-чекинг, получить адекватные комментарии... При наличии разных субкультур, затрудняющих взаимодействие, такие гравитации, притяжения дадут результат, если помочь людям преодолеть эти затруднения, перейти на некоторую общую платформу.

— Этот «клуб» должен быть открытым или закрытым?

— За последние три десятилетия я участвовал в создании многих организаций, сообществ, некоммерческих ассоциаций... Есть удачный и неудачный опыт. При этом нет универсального рецепта. Прежде всего нужно понимать, какую задачу приходит-

ся решать, создавая сообщество из протосообщества. В институциональной экономической теории³ есть такое направление, которое называется «теория коллективных действий». Его исходные постулаты 50 лет назад сформулировал замечательный — увы, покойный — экономист Мансур Олсон (он был номинирован, но не дожил до Нобелевской премии). Олсон исходил из того, что, с одной стороны, есть однородные и неоднородные, малые и большие группы. Малая группа — это когда вы в контакте со всеми и знаете всех, грубо говоря, хотя бы по фамилии. Если не знаете — это уже большая группа. Однородная или неоднородная — тоже понятно. Даже в одном подъезде у людей могут быть разные доходы, интересы, представления о прекрасном. С другой стороны, есть блага — частные, общественные, клубные. Так вот, организация — это не что иное, как комбинация способа производства частных, клубных и общественных благ с учётом типа вашей группы. Чем она больше и неоднороднее, тем сложнее инструменты. При этом вы решаете «проблему безбилетника»: все хотят получить блага, но все рассчитывают, что за это заплатит кто-то другой.



«При наличии разных субкультур, затрудняющих взаимодействие, такие гравитации, притяжения дадут результат, если помочь людям преодолеть эти затруднения, перейти на некоторую общую платформу»

Что есть у нас? У нас большая неоднородная группа. Это означает, во-первых, что вы не можете установить жёсткий вход, потому что большая группа «дышит». Вы не можете отследить действия и интересы каждого человека: кто-то пришёл, кто-то ушёл, потому что занялся другим, неинтересно ему стало, с кем-то не поладил. Поэтому внешняя граница сообщества, с моей точки зрения, должна быть мягкой. То есть человек присоединяется к сообществу самозаявлением. Но при этом, чтобы не вербовать городских сумасшедших, человек, конечно, должен как-то подтвердить, что он

³ Институциональная экономика — это область знаний о правилах экономического поведения: о том, как они «работают», как формируются и меняются, с какими издержками и выгодами связано их создание, изменение, соблюдение и нарушение.

действительно в каком-то качестве занимается вопросами финансовой грамотности. Во-вторых, большое дышащее сообщество не смогло бы поддерживать никакую инфраструктуру, если бы в нём не было небольшого ядра с жёстким входом в виде некоторого экзамена, аттестации, сертификации... И это не «кучка заговорщиков» из пяти-семи человек, а несколько сотен специалистов высшего класса. Здесь, например, производятся проекты стандартов, которые затем нужно обсуждать и принимать решения с учётом того, что думают в широком поле.

– Чем организованное профсообщество может быть полезно самим его членам?

– Мотивы могут быть связаны с получением определённого статуса и выстраиванием отношений с бизнесом, с государством и так далее. Если вы создали работоспособную организацию, у вас, конечно, будут совсем другие верительные грамоты для разговора с Минфином, ЦБ, Министерством просвещения, Министерством науки и высшего образования, Роспотребнадзором и так далее. И с бизнесом тоже. Бизнес создаётся по другим законам, не по законам коллективных действий. Но наличие сильного игрока в виде оформившегося сообщества заставит бизнес задуматься, не выстроить ли с ним хорошие партнёрские отношения.

Но, мне кажется, главное, что должно крепить сообщество, – это стандарты деятельности. Что важно для школьного учителя или для преподавателя вуза? Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС), описывающий основные рамки его деятельности. Об этом люди вне образовательного мира даже не задумываются. Они могут предлагать какие-то идеи, не понимая, что ни школа, ни университет не могут взять их, если этого не позволяет ФГОС. Это первый ключ.

Второй ключ – это стандарты деятельности бизнес-организаций, экспертов и так далее. Эта деятельность тоже конкурентная. Как правило, в установлении определённого порядка заинтересованы те, кто хочет почистить рынок – от некачественных услуг, от недобросовестного поведения и тому подобного. Или, наоборот, те, кому угрожает выход с рынка. При этом есть многочисленные внутренние конфликты интересов. Консультант хочет помочь кли-



енту объективным советом. Ну, и финансовые продукты хочется продать. А нельзя одновременно. И применение этого принципа, как всегда, непростое. Поэтому нужно делать стандарты этической деятельности на финансовых рынках, нужно создавать какие-то третейские органы, которые что-то растолкуют, где-то решат спор.

Есть чрезвычайно важные документы – например, Национальная стратегия повышения финансовой грамотности, которая разработана только до 2023 года. А дальше что? Сообществу совершенно не всё равно, как она будет меняться, что будет после 2023 года. Это касается и Проекта Минфина. То есть у нас довольно близко стоят пределы, за которыми активная деятельность по распространению финансовой грамотности не просматривается. Для многих профессионалов, которые уже сейчас образуют ядро протосообщества, это, возможно, утрата профессии. Поэтому делать нужно ещё и довольно быстро. Но не для того, чтобы сохранить всё как есть, а чтобы обрести новые возможности во взаимодействии друг с другом, с бизнесом и государством.

«Межведомственная координационная группа». Как в жизни-то происходит? Не так, что каждое ведомство что-то написало, министры встретились, договорились... Ведомства с удовольствием принимают помощь в такой работе. Причём не обязательно публичную помощь. И поскольку в тех или иных разумных решениях межведомственной координационной группы точно заинтересованы в ядре сообщества, надо предлагать темы, формулировки решений. То есть мы говорим о разумной лоббист-

ской деятельности. Глава ЦБ и министр финансов имеют чрезвычайно широкие задачи, они не думают каждый день о том, о чём как раз думают в сообществе.

Рейтинги. Очень важный инструмент! Это важный измерительный прибор, которым должно заниматься профессиональное сообщество. И не одним рейтингом. Их может быть много.

Вспомним, что блага бывают разными — общественными, клубными, частными. Если вы создали общественное благо, вы не можете исключить никого из его потребления, оно достаётся всем. Например, если вы пролоббировали какое-либо полезное изменение в законе, то те, кто не участвовал в лоббировании, всё равно получают выгоды. Но есть ещё клубные блага и частные. Это когда вы можете исключить из пользования этим благом других. Как у Ильфа и Петрова: «Пиво только членам профсоюза!» Внутри сообщества вполне могут быть такие закрытые клубные блага. Возьмём журналиста, который хочет писать про новые виды мошенничества, про новые финансовые технологии и ищет информацию. Если он член сообщества, то получает не мусорный уровень данных из интернета, а эксклюзивную, проверенную и профессиональную информацию.

— Де-факто даже в протосообществе элементы этих коммуникаций уже есть...

— Абсолютно точно. Мы ведь начали с того, что взаимное притяжение уже существует. Но существуют и барьеры. Прежде всего это разные субкультуры, не совсем одинаковые представления о том, что хорошо, а что плохо, для чего работаем. Именно поэтому требуются усилия, чтобы создать какую-то более сложную форму организации, чтобы она преодолела гравитацию и полетела.

— Мы сможем договориться?

— Я много лет говорю, что Россия — страна умных, чрезвычайно недоговороспособных людей⁴. Взаимное межличностное доверие — основа договороспособности. У нас на Гайдаровском форуме была сессия, где бывший премьер Финляндии Эско Ахо, большой умница, рассказал, как однажды ехал вместе с владельцем «Север-

стали» Алексеем Мордашовым на автомобиле в Лапландию. И тот его спросил, что такое доверие. Эско Ахо ответил: «Я знаю, что там за поворотом нам навстречу сейчас едет машина. И я доверяю её водителю, надеюсь, что он едет по своей полосе». Доверие — не что иное, как ожидание того, что человек будет вести себя по определённой правилу. Иначе (потому-то и договариваться нужно!) вы точно лоб в лоб друг другу где-то заедете. И хорошо, если это не горная дорога, а лишь попытка поделить какой-нибудь актив.



«Я много лет говорю, что Россия — страна умных, чрезвычайно недоговороспособных людей. Взаимное межличностное доверие — основа договороспособности»

В России доверие, которое лежит в основе договороспособности, медленно росло примерно с 2010 года. Думаю, когда появятся свежие данные европейского исследования ценностей, мы увидим, что за пару последних лет оно резко подросло. Сейчас скажу почему: цифровые платформы-агрегаторы. Они очень хорошо воздействуют на проращивание доверия. Вы же знаете, что в «Яндекс.Такси» не только вы рейтингуете водителя, он тоже рейтингует вас. Все эти системы основаны на взаимореинтинговании, на репутации.

Я думаю, что идёт культурный сдвиг, такой вектор, который облегчает договорённости. Если говорить о реальном опыте, то в 1990-е мы создали разного рода организации потребителей, тогда же — Лигу кредитных союзов⁵, в начале 2000-х — Ассоциацию независимых центров экономического анализа⁶. Всё это работает, всё живёт! Поэтому раз у нас раньше-то получалось, то, может, и сейчас получится что-нибудь хорошее? 🙌

Записал Юрий Калашников

Полную версию интервью читайте на сайте журнала «Дружи с финансами».

⁵ В 1994–1996 годах Александр Аузан являлся первым председателем Совета Лиги кредитных союзов.

⁶ В 2005–2011 годах Александр Аузан являлся президентом АНЦЭА.

⁴ См., например, [интервью «Газете.ру»](#).