

Ключевые слова:

адаптация населения,
государственная политика,
расширение финансовой доступности,
финансовые услуги

Л. В. Стахович, к. э. н., зам. директора НИФИ,
руководитель Центра финансовой политики НИФИ
(e-mail: lyudmst@mail.ru)

Л. Ю. Рыжановская, к. э. н.,
вед. науч. сотр. Центра финансовой политики НИФИ
(e-mail: rijanow@mail.ru)

Адаптация населения к потреблению финансовых услуг как механизм расширения доступа к финансам

Усиление влияния финансового рынка на общественное развитие и достижение устойчивого сбалансированного экономического роста обуславливают важность анализа наиболее эффективных механизмов расширения доступности финансовых услуг. Одним из таких механизмов выступает социально-экономическая адаптация населения к осознанному потреблению финансовых услуг, успешная реализация которой требует адекватных мер государственной политики.

Обращение к социальной адаптации в контексте повышения доступности финансовых услуг в современном обществе более чем закономерно и оправданно. Во-первых, деньги, финансовые отношения, потребность в финансовых услугах, материальный достаток — все это порождение взаимодействия людей в обществе. Само их существование имеет смысл только на определенной стадии общественного развития как соответствующая ей форма организации распределения благ.

Во-вторых, финансовая система теснейшим образом связана с социальной средой. Проблемы социальной адаптации во многом объясняют особенности, задают направления и рамки исследования взаимодействия индивида (семьи, референтных групп) с финансовой сферой в целом и рынком финансовых услуг в частности.

В-третьих, адаптация человека к потреблению любых услуг имеет социальную природу в силу того, что стадия развития общества определяет объективный процесс развития потребностей людей и условия их формирования. Человек конструирует стили возможного потребления в рамках объективно действующего закона возвышения

потребностей. Изучение проблемы расширения доступности финансовых услуг следует начинать с определения места, которое они занимают в иерархии потребностей общества и личности.

В-четвертых, рынок финансовых услуг — это социально-экономическая система, ориентированная на реализацию интересов потребителей, поддержание финансовой стабильности и наращивание инвестиций для экономического роста. Сокращение бедности и экономический рост зависят от эффективности национальных финансовых систем, их возможности предоставлять удовлетворяющие потребности людей финансовые услуги.

Ускорение темпа жизни, динамики социальных перемен и всего хода общественного развития способствует тому, что адаптация превращается из специфически биологического понятия в общенаучную категорию, изучаемую на стыке многих социальных наук. Всеми научными направлениями разделяется представление о том, что взаимодействие и взаимовлияние индивида и среды — основа процесса адаптации. Специфика подобного взаимодействия и характер взаимовлияния остаются в числе нераскрытых до конца вопросов существующих теорий адаптации. При этом само понятие «адаптация» получило разные трактовки и определяется как:

- процесс системного приспособления человека (группы, населения) к изменяющимся условиям окружающей среды (как негативным, так и позитивным), в ходе которого достигается баланс (динамическое равновесие) между потребностями человека и требованиями среды, гармонизация интересов личности и общества;

- состояние, при котором вступают в противоречие интересы и устремления человека с одной стороны и ограничения среды на возможности их реализации с другой;

- результат взаимодействия человека и среды, приводящий к смене образа жизни, стиля потребления, к освоению новых видов деятельности, изменениям пространства жизнедеятельности человека;

- направление, в котором люди движутся, следуя своим целям и обеспечивая тем самым эволюцию общества в целом.

Адаптация в системе «социум — личность» выполняет функцию согласования интересов и требований общества к личности и личности к обществу. Рациональность (разумность) человека, выступающая как его социальная характеристика, производна от базовых ценностей общества. Информация о ценностях генерируется всеми институтами, каждым субъектом социального общества.

Социальная среда конкретного общества с ее системой образцов поведения, правил общежития и навыками коммуникационных связей занимает доминирующую позицию по отношению к личности, во многом определяя ее поведение. Как справедливо замечает Э. Фромм, «индивид вынужден принять образ жизни, коренящийся в системе производства и распределения, свойственной данному обществу»¹. Ученый различает статическую и динамическую адаптацию. Статической он называет адаптацию, не приводящую к изменению личности человека. Соответствующее такой адаптации поведение не устойчиво, т. е. не основывается на рациональной стратегии, а зависит от текущих жизненных обстоятельств.

Активной силой личность становится только в процессе динамической адаптации, направленной на изменение своего положения и преобразования среды в соответствии с собственными целями. При динамической адаптации, с одной стороны, происходит освоение людьми новых социальных ролей, образцов поведения, присущих

¹ Фромм Э. *Бегство от свободы* / Пер. с англ. — М.: АСТ: АСТ Москва, 2009. — С. 26.

данному обществу, а с другой — преобразование норм и правил самой среды (как реакция социума на изменение стремлений и взглядов личности). На макроуровне механизм социальной адаптации работает как механизм прямой и обратной связи, сглаживающий уровень диалектического противоречия между потребностями и ожиданиями населения и сложившимся социальным порядком.

Социальную адаптацию можно определить как способность индивида рационально и эффективно использовать материальные ресурсы, личностный потенциал для активного встраивания в социально-экономическую систему с целью реализации своих потребностей и самоопределения как полезного члена общества.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ФИНАНСОВЫХ УСЛУГАХ И ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФИНАНСОВУЮ АДАПТАЦИЮ НАСЕЛЕНИЯ

Социальные финансы — новое прогрессивное направление науки и динамически развивающаяся область финансовой системы, непосредственно связанная с личными финансами. Именно усиление роли финансовых услуг в решении проблем бедности, социальной несправедливости (оборотной стороны дифференциации в доходах) делает столь актуальным решение проблемы слабой вовлеченности отдельных социальных групп в финансовую систему.

Финансовые услуги как потребительская категория максимально приближены к частной жизни людей. Потребление финансовых продуктов способно изменять материальное благополучие домохозяйств и даже стимулировать экономический рост. Это подтверждает правомерность рассмотрения финансовых услуг как важного социального явления, природу и содержание которого нельзя раскрыть, ориентируясь только на ценовую политику, регулирующую спрос и предложение.

К настоящему времени в мировой практике полная и равная доступность финансовых продуктов и услуг трактуется как состояние, в котором все население имеет доступ к качественным финансовым услугам, предоставляемым по доступным ценам, удобным способом и с уважением к пользователю². Понятие доступности обычно рассматривается с точки зрения соответствия спроса на финансовые услуги со стороны населения их предложению со стороны финансовых организаций³. При этом игнорируется тот важный факт, что в основе успешной адаптации людей лежит целенаправленное формирование общественно значимых потребностей как главного условия соответствия внешней реальности внутреннему состоянию индивида.

Динамическое взаимодействие потребности и возможности ее удовлетворения — это продукт развития общества и воздействия государства. Общество и государство, с одной стороны, с помощью систем образования, воспитания, просвещения формируют высшие (не связанные с физиологией человека) потребности личности (восприятие финансовой услуги как улучшающей жизнь ценности), а с другой — регулируют способы их удовлетворения за счет институционально организованной системы финансового рынка.

² См.: Gardeva A., Rhyne E. *Opportunities and Obstacles to Financial Inclusion, Survey Report, July 2011 / The Center for Financial Inclusion* (http://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2011/07/opportunities-and-obstacles-to-financial-inclusion_110708_final.pdf).

³ Такой подход мы находим, в частности, в монографиях специалистов Всемирного банка. См.: Демирлеч-Кунт А. *Финансовые услуги для всех? Стратегии и проблемы расширения доступа* / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2011. — С. 45.

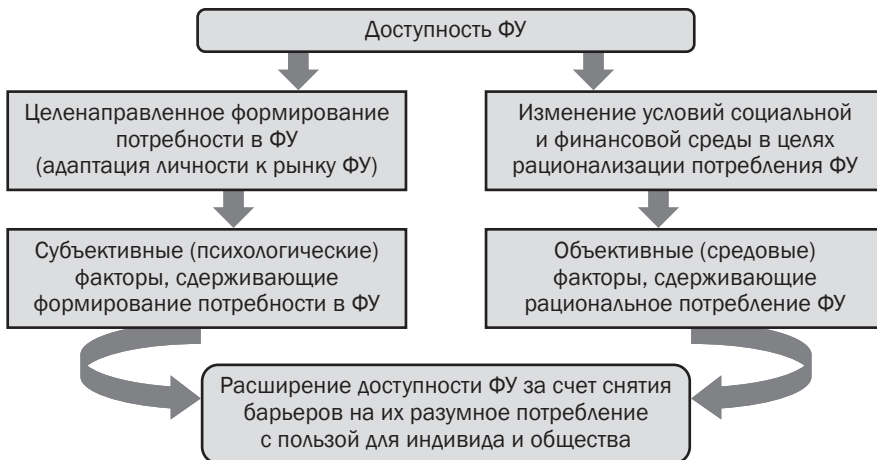
Поэтому доступность и постоянно расширяющееся потребление финансовых услуг следует расценивать как показатель успешной адаптации населения к условиям рыночной экономики. Массовое потребление финансовых услуг — это снятие барьеров для разумного (грамотного) потребления блага, т. е. качественное совершенствование среды и рационализация поведения самих участников.

Критерием расширения доступа при таком подходе выступает постепенный рост вовлеченности населения в сознательную деятельность по управлению личными финансами, постижение сути финансовых услуг как общественного блага. Освоение смысла и характера деятельности формирует направленность финансового поведения, рационализирует цели потребления финансовых услуг, побуждает личность к их постоянному потреблению на бытовом уровне.

Процесс расширения доступности финансовых услуг и основные группы факторов, сдерживающих формирование потребности в них, представлены на рис. 1.

Рисунок 1

**Процесс расширения доступности финансовых услуг (ФУ)
с точки зрения концепции социальной адаптации населения**



Источник: составлено авторами.

В рыночных условиях социальная адаптация невозможна без успешной экономической адаптации, т. к. рыночный механизм хозяйствования ориентирован на экономическую и финансовую самостоятельность индивида в сочетании с широкой свободой и ответственностью в отношении потребительского выбора.

Адаптационный процесс в экономической сфере инициируется поиском оптимальной (с точки зрения выгод и издержек) системы удовлетворения потребностей. Причем в рыночной экономике меняется сам характер потребления, потребительские практики становятся разнообразнее, индивид сам выбирает стиль потребления в рамках бездефицитного пространства, ограниченного только финансовыми возможностями и состоянием институционального сервиса.

В потреблении и потребительском поведении человека непосредственно смыкаются интересы экономики (ее финансовой сферы) и социальной сферы, т. к. потребитель одновременно участник производства и потребитель благ. Социальная, психологическая и экономическая адаптация выступают как единый процесс, затрагивающий способность человека к освоению новых видов полезной деятельности.

Социально-финансовая адаптивность личности — это ее интегральная характеристика, сформированная в реальных условиях конкретного общества и проявляющая себя как способность расширять свои возможности по удовлетворению актуализированных потребностей за счет услуг финансового рынка, управления личными финансами и финансового планирования с целью достижения социального благополучия.

Основные ограничения доступа к рациональному потреблению финансовых услуг следует искать, во-первых, в самом человеке, в его психофизиологических особенностях; во-вторых, в условиях внешней среды. Они носят объективный характер и определяются следующими особенностями формирования потребности в финансовых услугах как общественного блага:

1. Социальный характер приобретения потребности.

Потребность в финансовых услугах не дана человеку от рождения, а приобретается в процессе социализации, путем включения в деятельность, полезную для человека и социума. Следовательно, низкая распространенность или отсутствие в социуме образцов рациональных финансовых практик, информационный вакуум, невысокое качество официальной системы обучения и воспитания, низкий уровень рыночной культуры могут выступать ограничителями адаптации индивида к рациональному потреблению финансовых услуг.

2. Сложности в приобретении финансовой услуги.

Финансовые услуги отличаются по своим потребительским свойствам от товаров. В процессе их приобретения покупатель получает не осязаемый предмет, в качестве которого он смог бы убедиться на месте; их качество неотделимо от поставщика, надежность и уровень профессионализма которого трудно проверить. Приобретение финансовой услуги связано с подписанием юридического договора, где присутствует набор прав и обязанностей, проверка целесообразности и выгоды которых требует от клиента дополнительных издержек. Поэтому отказ от клиентоориентированной системы маркетинга и установления лояльных (основанных на доверии) партнерских взаимоотношений со стороны финансового бизнеса ограничивает адаптацию людей к потреблению финансовых услуг.

3. Отсутствие жесткой правовой регламентации порядка потребления финансовых услуг.

Потребление финансовых услуг не носит строго обязательного характера, хотя и может сопровождаться элементами сервисного, экономического и нормативного стимулирования. Единственной объективной основой для формирования их сознательного, грамотного потребления выступает вовлеченность человека в деятельность по финансовому планированию собственной жизни. Поэтому незаинтересованность людей или отсутствие знаний об управлении личными финансами служат барьером для успешной финансовой адаптации.

4. Связь результативности потребления финансовых услуг в долгосрочной перспективе с успешностью прогнозирования будущего.

В связи с тем, что доходы и расходы индивида не совпадают во времени, все финансовые решения в отношении денег сопровождаются различной долей неопределенности (риска). Отсутствие у людей способностей к прогнозированию будущего, экономически неоправданная цена и некачественная система защиты интересов потребителей также могут стать серьезным препятствием для финансовой адаптации.

5. Специфика самого объекта потребления — денег.

Сфера финансовых услуг имеет дело с одной из самых сокровенных областей жизни потребителя. Деньги — не обычный предмет сделки, а символ, способный придавать особую эмоциональную окраску любому финансовому решению. Это затрудняет выстраивание логики в цепи «цели — действие — результат» в деятельности по управлению личными финансами. Объективная система ценностей общества, превращающая деньги в главное мерило полезности человека, ограничивает рациональность их применения как простого средства учета затрат и выгод.

6. Детерминация потребления платежеспособностью покупателей финансовых услуг.

Низкий уровень дохода — важнейший ограничитель успешной финансовой адаптации.

7. Взаимосвязь видов финансовых услуг с возрастным циклом потребителей.

На разных этапах жизненного цикла человек нуждается в совершенно разных финансовых услугах. Отсутствие правильной, основанной на требованиях естественно-возрастного цикла жизнедеятельности человека, сегментации финансового рынка, а следовательно, и индивидуального подхода к рационализации требований клиента выступает ограничителем формирования потребности в финансовых услугах.

Процесс адаптации населения к потреблению финансовых услуг следует рассматривать с двух позиций: развития общества и целенаправленного содействия финансовой адаптации населения. В рамках этого процесса возможность расширения доступа к финансовым услугам обуславливается:

— качеством системы образования в целом и финансового образования в частности. На сегодняшний день предполагается, что в ходе эффективно организованных информационно-коммуникационных кампаний может приобретаться рациональная мотивация финансового поведения, осваиваться деятельность по управлению личными финансами, формироваться правильное смысловое содержание потребностей в финансовых услугах;

— качеством институциональной организации финансовой среды, ее способностью влиять на рационализацию финансового поведения, ставить барьеры проявлению неразумности в принятии финансовых решений, защищать мелкого инвестора от недобросовестного поведения бизнеса. Окружающая социокультурная и макросреда также влияют на рационализацию финансового поведения, формируя инфляционный фон, общественное мнение о доверии (недоверии) финансовым институтам и бытовые условия существования индивидов, вместе определяющие степень приверженности людей рыночному типу культуры и стилю потребления.

Национальные стратегии и программы повышения уровня финансовой грамотности и развития финансового образования, несмотря на название, обычно включают оба эти блока.

**РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ
И ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ
КАК СПОСОБ АДАПТАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ
К ПОТРЕБЛЕНИЮ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ**

Нельзя сказать, что на международном уровне проблеме развития финансового образования и повышения уровня финансовой грамотности не уделяется внимание. Роль лидера в разработке международных стандартов финансового обучения взяла на себя Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). В 2008 г. ОЭСР создала международный портал по финансовому образованию, который служит

координационным механизмом реализации образовательных, информационных и исследовательских программ. С целью расширения информированности, обмена опытом, разработки и распространения передовой практики в рамках ОЭСР действует международная сеть финансового образования (International Network on Financial Education — INFE).

Общие рекомендации ОЭСР по вопросу роли государства в финансовом образовании включают такой набор его функций, как координационно-консолидирующая, мониторинговая, аналитическая, контрольная (особенно за качеством информации, выбираемой для информационно-образовательных программ). Помогая потребителям ориентироваться в финансовой сфере, государство должно разъяснять им опасность недостаточных знаний в этой области, цену, которую могут иметь ошибки, допущенные при потреблении финансовых услуг, их права на судебную защиту и компенсации. С другой стороны, оно должно следить за правомерностью действий поставщиков финансовых услуг, чтобы подаваемая ими информация не носила агрессивного рекламного характера; разрабатывать единые стандарты раскрытия информации, требования к квалификации и компетентности сотрудников финансовых организаций, их лояльности по отношению к потребителям.

В разработанной ОЭСР «Надлежащей практике финансового образования и знаний о кредитах» государству рекомендуется для предотвращения правонарушений в этой важной области:

- создать агентство с соответствующим статусом;
- включить сведения о кредите (его сущности, формах) в школьные программы обучения;
- организовать бесплатные горячие линии, реализовать прямые государственные информационные кампании с наибольшим охватом (включая лиц с низким уровнем дохода).

Повышение уровня финансовой грамотности, развитие финансового образования и рационализация финансового поведения — практически единственный путь расширения доступности финансовых услуг на здоровой основе (за счет включения в финансовую систему новых мотивированных и разумных пользователей). Поэтому подход к расширению доступа не следует ограничивать только проблематикой защиты прав потребителей финансовых услуг, наоборот, формировать стратегию следует, исходя из задач финансовой адаптации населения, т. е. рационализации финансового поведения на базе развития личности.

Государства, заинтересованные в развитии знаний населения, должны разрабатывать национальные стратегии повышения финансового образования, заниматься финансовым просвещением, координировать действия «многочисленных субъектов, реализующих мероприятия в рамках данной стратегии»⁴. Сегодня социально-педагогическая наука во всем мире находится в поиске новых образовательных технологий, эффективных методик и средств, способных справиться с этой непростой задачей.

К продуктивным системам образования, содействующим успешной адаптации, относятся только те, которые дают знания, помогающие заранее предсказывать результат своих действий. Грамотность человека в современном мире — это не умение читать и писать, она выражается в «его способности добиваться результатов деятельности,

⁴ *Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика / А. В. Зеленцова, Е. А. Блискавка, Д. Н. Демидов. — М.: ЦИПСИР, КНОРУС, 2012. — С. 22.*

совпадающих с поставленной целью»⁵. Национальные стратегии повышения финансовой грамотности должны строиться на выборе наиболее удачных форм донесения информации, практико-ориентированных технологиях, необходимых для усвоения социального опыта и формирования способности к выбору правильного способа действий для достижения намеченной цели.

При выборе механизмов повышения финансовой грамотности важно учитывать и следующие особенности протекания современного процесса социализации:

- Будущие способности человека к деятельности по управлению личными финансами, ценностное отношение к деньгам закладываются в семье. Но семья может передать знание и опыт только предыдущих поколений, и если родители сами не имели опыта управления деньгами как капиталом, они просто не могут передать его детям. Поэтому наиболее эффективными оказываются механизмы, вовлекающие в обучающий процесс родителей вместе с детьми.
- Усложнение процесса коммуникации оказывает все более сильное влияние на социализацию человека. В современном мире уже не образование, а структура общения человека с социальным окружением выступает генеральной линией его развития как личности. Информировать население в отношении любого вопроса нелегко, а добиться изменения в его поведении еще труднее. Соблюдение принципов эффективной коммуникации и использование передовых коммуникационных технологий помогут справиться с этой непростой задачей и будут способствовать результативности национальных стратегий.
- В современном мире все большее распространение приобретает конформизм как способ социализации по типу пассивной адаптации. Он выражается в том, что человек предпочитает опираться не на собственный опыт, а на влияние средств массовой коммуникации (включая интернет-общение). Интернет, как показывает мировой опыт, выбирается многими странами в качестве основного канала подачи информации в целях повышения финансовой грамотности.

Следует учитывать, что Интернет становится не только информационным, но и социальным генератором общественного и индивидуального поведения. Множество сайтов и блогов манипулируют человеческим сознанием, превращают финансовую грамотность в обучение искусству обогащения, в набор правил «Как стать успешным и богатым». Поэтому, например, к проектированию правительственного сайта, ориентированного на повышение финансовой грамотности, нельзя подходить формально. Нужны интерактивные технологии, привлекательный дизайн и, конечно, честная и открытая подача информации.

Финансово социализированный человек — это не просто человек, правильно ответивший на вопросы тестов по финансовой грамотности. Это ответственная личность, которая заинтересована в осуществлении такого вида деятельности, как финансовое планирование собственной жизни; в полной мере осознает ценность финансовой свободы, способна к самодисциплине и волевым решениям по достижению жизненных планов.

Национальные стратегии повышения финансовой грамотности не могут не учитывать все рассмотренные выше условия успешной финансовой адаптации, приводящей к формированию финансово грамотной личности и ее социальному благополучию.

⁵ Онушкин В. Г., Огарев Е. И. Проблема грамотности в контексте социальных перемен // Человек и образование. — 2010. — № 1 (22).

Предметом будущих дискуссий в рамках международного обмена опытом могли бы стать следующие вопросы:

- Методики и технологии успешного финансового образования. Далекое не все они ориентированы на правильный алгоритм принятия финансового решения. В настоящее время только бизнес-образование ориентировано на будущее, позволяет обучить человека ставить цели, искать пути их достижения, предвидеть последствия своих решений.
- Развитие теоретических основ менеджмента домашних (личных) финансов. Это научное направление во всем мире остается недостаточно разработанной областью знаний. Методологический подход строится, исходя из финансового менеджмента фирм, что неправильно, т. к. цель управления финансами фирм — получение прибыли, а домохозяйств — повышение удовлетворенности жизнью.
- Развитие финансовой грамотности в контексте повышения финансовой культуры. Рациональное ведение денежного хозяйства семьи и приобщение людей к рыночным потребительским стандартам с использованием финансовых услуг невозможно в условиях общего дефицита рыночной культуры. Финансовая грамотность, так же как и финансовое образование, — это элемент финансовой культуры.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРАВИЛА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАСЕЛЕНИЯ И ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ В ПРОЦЕССЕ ФИНАНСОВОЙ АДАПТАЦИИ

Не информация как таковая и даже не знания, умения и навыки — дары обучающего процесса, а главным образом реальные общественно-правовые отношения в финансовой сфере выступают регулятивной матрицей убеждений личности относительно денег и реального финансового поведения.

Успешная работа механизма адаптации подразумевает постоянное взаимодействие человека с информационными сигналами, исходящими от нормативно-правовой системы финансового рынка, понимание формальных и неформальных правил игры, контактов с финансовыми институтами. Институционально-информационное влияние объективно и не зависит от воли человека. Оно распространяется непосредственно на характер поведения, т. е. действует как механизм научения (стимулирующий сигнал на входе — реакция в виде действия на выходе), практически не затрагивая уровень сознания.

Для того чтобы интенсивно заработали механизмы адаптации личности, необходимо обеспечить сбалансированное взаимодействие личности и финансовой системы. Рационализирующим началом механизма адаптации выступает рост доходов населения, актуализирующий потребность в защите сбережений для обретения уверенности в завтрашнем дне. Но этот механизм может сработать и в результате воздействия рекламы, внешнего окружения (действия по образцу), убедительно поданной ложной информации. Поэтому рядом с ним всегда должны работать институциональные механизмы рационализации финансового поведения. Они особенно необходимы, если человеком движут потребности, которые могут привести его к дезадаптации.

Например, действенный барьер на входе в высокорискованный фонд — ограничение на сумму вложения. Это эффективно препятствует потреблению высокорисковых финансовых услуг человеком с низкими доходами. По такому же принципу действуют

и другие разумные ограничения, направленные на стимулирование рациональности финансового поведения. Так, в Англии при банкротстве банка (входящего в систему страхования) возвращается только основная сумма вклада, но не проценты. Как считают английские законодатели, такая мера приучает человека отвечать за свой выбор.

Или другой пример, уже из американской практики. Периодически устанавливаемое Департаментом труда США «правило разумного поведения» в отношении портфеля инвестиций меняется вместе с кардинальными изменениями в финансовой сфере, стимулируя культурный паттерн (образец) рационального поведения.

Бесперебойно работающая и экономически устойчивая система страхования вкладов, соответствие линейки сберегательных продуктов потребностям людей формируют финансовую привычку к сбережениям не хуже, чем финансовое образование. В то же время слишком щедрые социальные системы пенсионного обеспечения, наоборот, не способствуют разумным решениям в отношении долгосрочных сбережений и заботе о своем финансовом будущем.

Эффективная система стимулов и ограничений, действующая в США и Великобритании, формировалась десятилетиями. Благодаря непосредственному влиянию стимулов среды на мотивацию финансового поведения рациональные действия постепенно трансформируются в привычку. При этом вводимые ограничительные нормы, рационализирующие поведение, не нарушают равенства доступа, т. к. одинаковы для всех игроков рынка без исключения, а сама финансовая система при этом приобретает глубину и масштабность. В развивающихся странах присутствие институциональных правил, регулирующих финансовое поведение, может оказаться даже менее затратным для бюджета и более выгодным решением, чем дорогостоящие программы финансового образования.

Важно также, чтобы институциональная организация и продуктовая линейка рынка финансовых услуг опирались на возрастные и психологические потребности населения. Сегментация рынка в соответствии с потребительскими паттернами жизненного цикла человека, ориентация маркетинга на запросы населения упростят процесс финансового обучения, позволят снизить затраты на образование.

Сложности финансовой адаптации возникают из-за информационного дисбаланса между населением и поставщиком финансовых услуг: продавец знает и понимает суть продаваемой услуги, а потребитель не всегда может сопоставить свои выгоды и реальные потери. На стороне бизнеса — стремительный рост ассортимента финансовых услуг, усложнение механизмов их предоставления, появление новых видов финансовых организаций. В мире все большее распространение получает точка зрения, что залогом широкого доступа к сложным продуктам выступает социально ориентированный маркетинг, основанный на принципе «Клиент должен понимать, что он покупает, а консультант понимать, что продает». Новый вид маркетинга за рубежом — маркетинг взаимоотношений, специально разработанный для предоставления финансовых услуг и нацеленный на установление лояльных долгосрочных отношений продавца сложной услуги и покупателя. Честный маркетинг и внедрение в социальную сферу этических кодексов поведения с потребителями могут в конечном итоге стать лучшей мотивацией для реального расширения доступа к финансовым услугам.

Основная цель институциональных правил — выправить асимметрию в доступе к информации, повысить доверие между потребителями и финансовыми организациями. Таким образом, проблема адаптации населения к рациональному потреблению финансовых услуг решается путем воспитания грамотного потребителя и формирования соответствующей институциональной среды.

Основные направления формирования всеохватывающего рынка финансовых услуг



Источник: составлено авторами.

Необходимо признать широкий и равный доступ к финансовым продуктам и услугам важнейшим условием экономического развития, фактором роста и стабильности экономики. Консолидацию международных усилий в решении проблемы расширения доступности финансовых услуг не следует ограничивать только инфраструктурными аспектами окружающей человека финансовой среды. При всей их значимости необходимо, чтобы финансовые услуги стали не только правом, но и важнейшей потребностью для каждого гражданина.

Главный барьер в расширении доступа к финансовым услугам — противоречие между потребностью финансового рынка в сознательных пользователях и ограничениями в способности людей стать таковыми, а также сложность выбора эффективных механизмов воздействия на финансовое сознание и поведение людей. Доступность финансовых услуг — это ни в коем случае не их количественная характеристика без адекватных оценок риска. Массовое потребление финансовых услуг — это снятие барьеров для разумного (грамотного) их потребления.

Мировой опыт показывает, что финансирование процесса расширения доступности финансовых услуг с позиции содействия адаптации населения к их потреблению должно происходить по двум направлениям:

- содействие развитию личности, финансовому просвещению и обучению населения;
- совершенствование финансовой среды, усиление ее влияния на рационализацию финансового поведения.

Первое направление предусматривает создание специального государственного ведомства, которое при разработке и реализации национальных стратегий повышения финансовой грамотности будет заниматься:

- запуском пилотных проектов и оценкой их результативности;
- созданием механизма конкурсного распределения грантов;
- работой по стандартизации распространяемой публичной информации;
- проектированием правительственного интернет-портала — источника официальной информации;
- подготовкой стандартов финансового образования;
- укреплением кадрового потенциала финансового образования и просвещения;
- оценкой уровня финансовой грамотности и результативности образовательных, обучающих и просветительских программ;
- запуском серий социальной рекламы и пр.

Совершенствование финансовой среды включает:

- поддержку макроэкономической стабильности;
- развитие гарантийных и компенсационных механизмов, ограждающих рынок финансовых услуг от системных рисков;
- создание бесплатных консультационных центров помощи в принятии финансовых решений;
- налоговое стимулирование роста устойчивости финансовых институтов и приверженность этическим международным стандартам;
- стандартизацию документального оформления финансовых услуг;
- совершенствование систем страхования рисков финансовой сферы;
- выбор приоритетов из представленных направлений финансирования в целях достижения динамического равновесия между финансовой средой и уровнем финансового развития населения; дозирование новшеств и изменений в соответствии со степенью адаптивности населения.

Решение проблем обеспечения широкого и равного доступа к финансовым продуктам и услугам и адаптации населения к финансовому рынку требует системного и комплексного подхода. В этот процесс должны быть вовлечены все заинтересованные стороны: представители гражданского общества, частного сектора и органов государственного управления. Данный подход предполагает создание новых и совершенствование действующих механизмов социально-экономической адаптации населения к осознанному потреблению финансовых услуг.

Библиография

1. Федеральный закон от 23.06.1999 № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» [Электронный ресурс] / Официальный сайт компании «Консультант Плюс». — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=58297>.
2. Демиргуч-Кунт, А. Финансовые услуги для всех? Стратегии и проблемы расширения доступа / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2011.
3. Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика / А. В. Зеленцова, Е. А. Блискавка, Д. Н. Демидов. — М.: ЦИПСИР, КНОРУС, 2012.
4. Тоффлер, Э. Шок будущего / Пер. с англ. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2002.
5. Фергюсон, Н. Восхождение денег / Пер. с англ. — М.: Астрель: CORPUS, 2010.
6. Фромм, Э. Бегство от свободы / Пер. с англ. — М.: АСТ: АСТ Москва, 2009.
7. Бернанке, Б. Укрепление финансовой стабильности. Речь на Конференции по финансовым рынкам 9 апреля 2012 года [Электронный ресурс] / Бюллетень «FEDSPEAK». — Режим доступа: <http://www.fedspeak.ru/120409-Bernanke%20-%20Financial%20stability.htm>.
8. Онушкин, В. Г., Огарев, Е. И. Проблема грамотности в контексте социальных перемен // Человек и образование. — 2010. — № 1 (22).
9. Building Inclusive Financial Sectors for Development [Электронный ресурс] / UNCDF. — Режим доступа: http://www.uncdf.org/sites/default/files/Download/bluebook_0.pdf.
10. Finance for All? Policies and Pitfalls in Expanding Access [Электронный ресурс] / The World Bank Group. — Режим доступа: http://siteresources.worldbank.org/INTFINFORALL/Resources/4099583-1194373512632/FFA_book.pdf.
11. Gardeva, A., Rhyne, E. Opportunities and Obstacles to Financial Inclusion, Survey Report, July 2011 [Электронный ресурс] / The Center for Financial Inclusion. — Режим доступа: http://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2011/07/opportunities-and-obstacles-to-financial-inclusion_110708_final.pdf.
12. Smith, B. Financial education: what makes a successful public awareness campaign? [Электронный ресурс] / OECD. — Режим доступа: <http://www.oecd.org/finance/financial-education/37371299.pdf>.
13. The Mobile Financial Services Development Report 2011 [Электронный ресурс] / The World Economic Forum. — Режим доступа: <http://www.weforum.org/node/101231>.