

Новые подходы к повышению финансовой грамотности студентов неэкономических специальностей

© 2017 Жилюк Дмитрий Александрович

кандидат экономических наук, доцент кафедры государственных и муниципальных финансов

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21

E-mail: dimzhil@gmail.com

Статья посвящена вопросу повышения финансовой грамотности в России. Обосновывается причина, по которой ключевой целевой группой для образовательных мероприятий являются студенты, прежде всего, неэкономических специальностей. Представлены результаты исследования-анкетирования, выявляющего уровень финансовой грамотности и общее отношение к данному понятию со стороны представителей целевой группы. На основании результатов данного исследования делаются выводы; исходя из результатов анализа и представления успешных методов, применяемых коммерческими структурами, предлагаются конкретные методы содействия повышению финансовой грамотности студентов неэкономических специальностей.

Ключевые слова: экономика, студенты, финансовая грамотность, финансы, интернет-платформа, электронные коммуникации.

Понятие “финансовая грамотность” вошло в нашу жизнь относительно недавно. В 2009 г. была разработана концепция национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации. Несмотря на наличие некоторых позитивных сдвигов в деле повышения уровня финансовой грамотности населения, ее уровень оставляет желать лучшего. Так, “если в июне 2008 г. половина людей оценивала свои знания как неудовлетворительные, то в феврале 2010 г. их доля сократилась до трети”¹. Вместе с тем в той же статье говорится “об опасном тренде роста излишней уверенности потребителей”².

Одним из основных критериев финансовой грамотности является ведение учета всех доходов и расходов своего бюджета. По результатам исследований Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), в России всего лишь одна семья из пяти (20 %) ведет учет доходов и расходов своего бюджета, причем 13 % из них фиксируют не все поступления и траты (опрошено 1600 чел. в 132 населенных пунктах в 46 регионах России, статистическая погрешность не превышает 3,4 %) ³.

Приведенная выше информация заставляет задуматься о необходимости формирования новых подходов к повышению финансовой грамотности населения. Не последнюю роль в этом вопросе играет правильный выбор целевой аудитории. С точки зрения повышения финансовой грамотности все население страны можно разделить на следующие целевые аудитории: школьники, студенты, работающие и пенсионеры.

Сегодня в нашей стране можно говорить о необходимости повышения финансовой грамотности каждой из этих групп. Особую озабоченность вызывают пенсионеры, поскольку именно они подвержены риску финансовых потерь в связи с отсутствием элементарных навыков пользования современными технологиями в денежных расчетах. Очевидно, что начинать изучение основ финансовой грамотности следует в школе. Однако загрузка текущей школьной программы по непосредственно классным часам является довольно большой, введение специального курса финансовой грамотности может не только усугубить ситуацию с загрузкой, но и вызвать вполне резонные вопросы о необходимости включения в виде отдельных курсов сходных по статусу предметов.

Одним из вариантов решения указанной проблемы может являться интегрирование основ финансовой грамотности в существующие школьные предметы. Наиболее логичным среди уже имеющихся школьных предметов для включения финансовой грамотности является экономика. Однако как отдельный предмет она преподается в 5-10 % школ. В других случаях основы экономики включаются в курс обществознания, в составе которого собственно экономическим знаниям уделяется всего несколько учебных часов классной работы. Кроме того, текущие программы и стандарты ориентированы не на прикладную экономику домашнего хозяйства и даже не на бизнес-составляющую, а имеют вместо этого чисто академическое наполнение, знакомя уче-

ников с чистой экономической теорией. Вместе с тем следует признать, что даже включение в школьную программу полноценного курса финансовой грамотности не решит проблему в полной мере. Несовершеннолетние ученики школы, даже получив определенные знания, не могут хотя бы по чисто формальным законодательным причинам применить эти знания на практике.

После окончания же вуза или техникума, начав трудовую деятельность, мало кто способен уделить много времени для самообразования, особенно если это не связано с профессиональной деятельностью. Кроме того, уже во время обучения в вузе гражданин, как правило, становится полностью дееспособным. В связи с этим, говоря о выборе целевой аудитории с точки зрения повышения уровня финансовой грамотности населения, особое внимание стоит обратить на студентов. Являясь наиболее восприимчивой к новым знаниям, эта группа способна не только получить предложенные знания о финансах, но и начать их применять с первых дней самостоятельной жизни. Вместе с тем, говоря о студентах, следует помнить о том, что часть из них, в соответствии с выбранным вузом и профилем обучения непосредственно изучают блоки экономических дисциплин, получая экономическую или «околоэкономическую» специальность, что с высокой вероятностью также повышает уровень знаний в области персональных финансов. В этой связи особое внимание следует уделить студентам неэкономических профилей.

Отметим, что даже в рамках преподавания (большинства) неэкономических специальностей, даже специальностей (направлений) негуманитарного профиля студенты изучают курс экономики в течение одного семестра или более. Здесь, однако, имеют место те же проблемы, что и в школе: преподаваемые курсы в основном имеют чисто академическое наполнение и совершенно оторваны от реальных бытовых ситуаций.

Однако в одиночку организационно-административные действия по внедрению специальных дисциплин не могут дать для такой целевой аудитории, как студенты, должного эффекта без заинтересованного участия самих студентов. Для изучения отношения студентов к концепции финансовой грамотности и механизмам ее реализации коллективом преподавателей кафедры государственных и муниципальных финансов Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ) было проведено онлайн-анкетирование студентов, в котором приняло участие 324 студента неэкономических специальностей. Результаты данного оп-

роса показали, что только 18 % опрошенных считают себя финансово грамотными и регулярно применяют эти знания на практике. Абсолютное большинство (62 % опрошенных) считают, что они обладают лишь некоторыми знаниями в области личных финансов. Остальные и вовсе не считают себя достаточно компетентными в сфере финансовой грамотности. Однако, как также показало анкетирование, даже среди 18 % считающих себя финансово грамотными только 6 % ежедневно ведут полный учет своих доходов и расходов, и никто из этой группы не планирует свой бюджет на длительный срок. Среди всех опрошенных только 5 % занимаются долгосрочным планированием своих доходов и расходов. Еще 37 % участников анкетирования уделяют время примерному планированию на текущий период до полугода. Остальные участники отметили, что либо планируют только крупные покупки (43 %), либо вовсе не планируют личные финансы (15 %).

Неожиданные результаты были получены при выявлении отношения студентов к кредитам. Всего 7 % уже пользуются или пользовались кредитами, остальные 93 % либо вообще не приемлют кредитования, полагая, что это нерационально, либо считают, что кредиты могут быть полезными, но сами не планируют их использование. При этом следует отметить, что только 39 % анкетированных студентов обучаются на бюджетных местах, значит, 61 % платят за свое образование самостоятельно или за счет родителей. Несколько более утешительный результат продемонстрировали студенты, обучающиеся по экономическим профилям⁴, но в целом картина получилась схожая, что является, с одной стороны, тревожным сигналом для кредитных институтов, особенно в части потребительского кредитования, с другой - показывает завышенность текущих кредитных ставок в России с точки зрения студентов. Наконец, анкетирование показало, что подавляющее большинство студентов (89 %) готовы тратить свое время на то, чтобы повысить уровень финансовой грамотности.

На основании приведенных выше данных можно сделать вывод о том, что студенты действительно нуждаются в повышении своего уровня финансовой грамотности и готовы уделять этому собственное время и силы. Однако если у студентов, обучающихся по экономическим специальностям, есть возможность повысить свой уровень финансовой грамотности, изучая дисциплины основного курса по своей программе обучения, то у студентов неэкономических специальностей таких возможностей меньше.

Помимо общего отношения к финансовой грамотности, анкетирование было призвано выяснить, где студенты неэкономических специальностей черпают знания об управлении личными финансами. Сегодня для этого существует множество возможностей. В отношении источников получения знаний в области личных финансов более половины опрошенных (50,7 %) предпочитают пользоваться информационными ресурсами сети Интернет. Более того, большинство из опрошенных студентов (включая даже тех, кто отрицательно охарактеризовал свою финансовую грамотность) уже пользуются различными информационными сайтами. Наиболее востребован ресурс Вашифинансы.рф. Его регулярно посещают 45 % опрошенных. Следующим по популярности выступает проект «Финансы просто» (21 %). Замыкает тройку лидеров «Финансовый компас». Его знают и используют почти 18 % анкетированных студентов. Вторым по востребованности источником повышения финансовой грамотности студентами была названа учебная литература и периодические издания в электронном виде. Третьими по степени востребованности были названы обучающие уроки и лекции (как дистанционные, так и с непосредственным участием).

Именно три указанных средства коммуникации должны развиваться, чтобы способствовать развитию финансовой грамотности в студенческой среде. Основное внимание при разработке новых программ или модернизации уже существующих целесообразно уделить именно информационному ресурсу в глобальной сети, поскольку, например, учебная и практическая литература по данной тематике уже достигла существенного количественного и качественного развития. Однако подобные сайты уже существуют и, судя по приведенным выше данным исследования, являются востребованными. Несмотря на это, общий уровень финансовой грамотности студентов неэкономических специальностей нуждается в повышении.

Проведенное исследование также выявило некоторые причины недостаточной эффективности интернет-сайтов на текущем этапе. Как ни странно, большинство сайтов, посвященных финансовой грамотности, не содержат актуальной финансовой информации, необходимой при принятии решений в сфере личных финансов, такой, как курс валют, процентные ставки, финансовые прогнозы, хотя подобная информация часто встречается на других сайтах. Между тем более 60 % опрошенных высказались за то, чтобы именно эта информация содержалась на сай-

тах, посвященных финансовой грамотности. Еще один востребованный элемент подобных сайтов, судя по результатам анкетирования, - обучающее видео. На большинстве сайтов этот элемент присутствует в той или иной мере. Однако и тут встает вопрос о его актуальности и способности заинтересовать целевую аудиторию. Как правило, такие видео ориентированы на уже работающих граждан и не вполне подходят для студентов.

Существование подобной проблемы является логичным. Так как студенты назвали обучающие лекции и тренинги востребованным средством коммуникации, способствующим повышению финансовой грамотности данной целевой группы, мы также опросили экспертов и представителей компаний, занимающихся организацией обучающих мероприятий по повышению финансовой грамотности. Результаты опроса показали, что подобные компании в данный момент не рассматривают студентов как основную целевую аудиторию для лекций и семинаров, а также обучающих курсов в целом. Причин для этого две. Во-первых, с точки зрения компаний - организаторов семинаров и тренингов студенты показали недостаточную платежеспособность, и это является для коммерческой организации ключевым фактором. Кроме того, очень часто обучающие видео по управлению личными финансами являются производными офлайн-тренингов, соответственно, отсутствие ориентации на студентов в режиме онлайн влечет за собой недостаток специализированных курсов и в Интернете. Второй причиной недостаточного внимания коммерческих организаторов тренингов к студентам является то, что студенты все же признаются более финансово грамотными, чем другие категории населения. Однако следует отметить, что указанные компании проводят, к примеру, обучающие тренинги и семинары по приглашению вузов (отчасти в рекламных целях), тематикой которых является как бизнес-коучинг, так и общая финансовая грамотность. В качестве примера может служить проведение представителями компаний «ЭвРа», «СмартКонсалт», MarketBorn, «Алор» обучающих семинаров в СПбГЭУ.

Часть указанных и других компаний либо уже имеют, либо разрабатывают свои приложения для учета личных финансов, которые студенты также назвали в числе востребованных средств. Следует отметить, что хотя таких программ на рынке довольно много и некоторые из них бесплатные, далеко не каждый пользователь, не имеющий опыта ведения домашней бухгалте-

рии, способен выбрать наиболее подходящую для него программу.

Недостаточное желание коммерческих компаний разрабатывать программы по повышению финансовой грамотности среди студентов имеет экономическое обоснование. Однако сами по себе указанные методы повышения финансовой грамотности сохраняют свое действие независимо от их инициатора⁵. В условиях действующих на данный момент отдельных программ и отбора проектов по повышению финансовой грамотности возможной была бы ведомственная программа, подразумевающая, в числе прочего, создание подобной онлайн-платформы. С учетом подобной возможности мы предпримем попытку сформулировать новые подходы к повышению финансовой грамотности студентов неэкономических специальностей.

1. Основной платформой обучения финансовой грамотности должен стать сайт. Это может быть уже существующий ресурс, доработанный с учетом предложенной специфики, или вновь созданный портал (созданный с привлечением государственного финансирования). При этом ресурс в сети Интернет должен иметь как мобильную версию, так и мобильное приложение, способное работать на основных мобильных платформах. Доступ ко всем информационным ресурсам предлагается предоставлять только зарегистрированным пользователям. Регистрация должна быть свободной, но требовать общей информации о пользователе, чтобы иметь возможность отслеживать статистику использования ресурсов сайта и, как следствие, практическую реализацию программы.

С учетом пожеланий студентов на этом сайте должна быть размещена актуальная финансовая информация. Это может быть не только курс валют, но и наиболее выгодные предложения банков по вкладам и кредитам. Такое решение позволит не только увеличить информативность сайта, но и привлечь к сотрудничеству различные финансовые институты.

Сайт должен содержать раздел с обучающим видео. Основу при этом должно составлять видео, созданное специально для выбранной целевой аудитории. Поскольку создание видеороликов может быть достаточно затратным, наилучшим вариантом на начальном этапе представляется создание таких видео с привлечением самих студентов. Это могут быть студенты экономических профилей обучения, обладающие теоретическими знаниями и личным практическим опытом. Преимуществом такого подхода является то, что разработка и реализация проекта по созданию такого видео могут быть реализованы

как проект по одной из учебных дисциплин или в рамках конкурса студенческих работ. Впоследствии при наличии достаточного финансирования оправданным является и привлечение профессионалов в данной области.

Сайт должен предоставлять возможность консультации по вопросам личных финансов. Для этого на сайте возможно создание форума с закрепленными темами по разделам финансовой грамотности, в котором пользователи смогут не только задавать интересующие их вопросы и получать ответы от специалистов, но и обмениваться мнениями между собой. В дальнейшем можно будет создать базу данных часто задаваемых вопросов и выделить ответы на них в отдельный раздел. За активное участие в проекте, высокие результаты при тестировании, победу в викторине или онлайн-игре можно назначить приз в виде купона на бесплатную индивидуальную консультацию. Такая практика является достаточно стандартной на Западе, где роль вознаграждения за подобные действия играют купоны Amazon.

2. Поскольку основой для планирования личных финансов является учет личных доходов и расходов, необходимо позаботиться о наличии программы и мобильного приложения для этих целей как в рамках возможного сайта, так и для изолированного использования. Непосредственно на сайте возможно представить обзор имеющихся программ с отзывами пользователей и комментариями специалистов. Вместе с тем следует признать, что большая часть существующих программ либо неоправданно дорога, либо не очень удобна в использовании, либо требует доступа к личной информации и просмотра рекламы. Исходя из того что большинство студентов не располагают достаточными возможностями для оплаты программных продуктов, следует уделить внимание разработке бесплатной или условно бесплатной программы при финансировании такой разработки инициатором программы. Подобная программа должна быть понятна и удобна для студентов, она должна иметь возможность синхронизации мобильных устройств с персональным компьютером.

Основной проблемой для ведения учета доходов и расходов является трудоемкость внесения информации данных о расходах, поскольку они осуществляются гораздо чаще, чем получают доходы. Для решения этого вопроса можно предложить при создании программы учета расходов предусмотреть возможность импорта информации о расходах, производимых при помощи банковских карт и прямого учета данных чеков (посредством, например, QR-кодов). По-

хожие приложения непосредственно для платежных целей включены, например, в систему SamsungPay, однако наибольшее развитие они получили в Китае, где значительная (если не подавляющая) часть небольших платежей осуществляется с помощью сервиса WeChat.

Создание бесплатной программы, равно как и видео, потребует привлечения специалистов, а значит, и затрат. Однако такие затраты могут быть оправданными даже с точки зрения частного инвестора, если сделать эту программу не бесплатной, а условно бесплатной. Расширенные функции программы, такие как, например, анализ расходов, построение графиков и диаграмм, технический анализ и построение на его основе прогнозов и рекомендаций, должны становиться доступными при определенных условиях (к примеру, рост уровня своей финансовой грамотности при прохождении тестов, участие и победа в онлайн-викторинах или играх, посвященных финансовой грамотности, участие в опросах, позволяющих улучшить работу сайта).

3. Любое обучение, а также закрепление полученных знаний проходит более эффективно, если для этого используются игровые методы. Одним из элементов сайта могла бы стать онлайн-игра. Разработка и популяризация такой игры - дело специалистов. Однако к этой работе могли бы быть привлечены и сами студенты.

Кроме того, уже сегодня проводится немало количество различных викторин и олимпиад по финансовой грамотности. В рамках работы рассматриваемого онлайн-портала, а также обособленно возможно продолжение проведения подобных мероприятий. Вместе с тем в рамках работы сайта возможно использовать и внешние ресурсы.

4. На этапе до завершения создания указанного интернет-портала и сопутствующих программных продуктов, систем контроля и стимулирования, а также в дополнение к ним после этого целесообразным, с нашей точки зрения, является привлечение коммерческих организаторов обучающих мероприятий на возмездной основе в рамках системы государственных закупок. Подобные действия, хотя и сопряжены с дополнительными финансовыми затратами, позволят увеличить охват программы.

Кроме того, как отмечено выше, имеют место факты организации такими компаниями обучающих семинаров, лекций и тренингов в вузах на безвозмездной основе, в рекламных и репутационных целях. Одним из недостатков проведенных мероприятий явилось то, что такие тренинги чаще проводятся именно в экономичес-

ких вузах и факультетах, наибольшую же потребность имеют, как было отмечено, студенты неэкономических специальностей. Определенной проблемой выступает отсутствие контактов между указанными компаниями и руководством вузов и их подразделений неэкономической направленности. Здесь представляется полезным взаимодействие неэкономических и экономических факультетов универсальных вузов с целью соединения первых с организаторами обучающих тренингов. Обратит внимание следует и на то, что представители компаний - организаторов мероприятий подтвердили готовность работать со студентами вузов при условии наличия внешнего платежеспособного заказчика, включая механизм государственного и муниципального заказа. Логичной здесь была бы и непосредственная работа вузов, включая коммерческие проекты кафедр и факультетов вузов в рамках внебюджетной деятельности.

5. Наконец, целесообразной выглядит некоторая модификация курсов экономики для студентов неэкономических специальностей, изучаемых ими на первых курсах в рамках общей подготовки. Представляется, что чисто академическое наполнение экономических дисциплин не несет достаточной пользы, как практической, так и теоретической, поскольку подобные знания студентами-неэкономистами, как правило, не используются в достаточной степени и, как следствие, забываются. В связи с этим часть времени читаемых курсов могла бы иметь более прикладной характер, например, в виде разъяснения принципа функционирования кредитных и депозитных продуктов и сопутствующих этому рискам.

Реализация предложенных мероприятий, особенно на начальном этапе, потребует затрат, в зависимости от масштаба доходящих до уровня существенных. Перед началом масштабной программы по повышению финансовой грамотности студентов неэкономических профилей может быть целесообразно создание пилотного проекта и его апробация на небольшой группе студентов одного из вузов. Это позволит избежать ошибок при расширении целевой аудитории. Кроме того, следует учитывать, что текущие мероприятия по повышению финансовой грамотности также получают государственное финансирование (доходящее до десятков миллионов долларов), однако далеко не всегда достигают нужного эффекта⁶. В дополнение к этому преподавание экономики в текущем виде студентам неэкономических специальностей в совокупности требует существенного расхода рабочих часов преподавательского

состава, а значит, и соответствующего финансирования, которое может быть применено в данной области более эффективно.

Для целей финансирования отмеченного проекта возможно привлечение и негосударственных институтов. Однако их участие таит в себе опасность наличия избытка информации рекламного характера. К сожалению, очень многие интернет-ресурсы, посвященные повышению финансовой грамотности, сегодня почти открыто рекламируют те или иные финансовые институты или финансовые услуги, что не всегда оправданно. Поскольку вопрос повышения финансовой грамотности населения в целом уже сегодня вынесен на государственный уровень, логично, что основную долю затрат на реализацию данного проекта должен нести бюджет.

¹ Кузина О.Е. Финансовая грамотность россиян (динамика и перспективы) // Деньги и кредит. 2012. □ 1. С. 68-72.

² Там же.

³ Аналитический центр Национального агентства финансовых исследований : офиц. сайт. URL: <https://nafii.ru>.

⁴ См.: Жилюк Д.А. Новые подходы к повышению финансовой грамотности студентов неэкономических специальностей // Управление общественными финансами: актуальные проблемы, новые решения и стратегии развития : кол. моногр. / под ред. Н.Г. Ивановой [и др.]. Санкт-Петербург, 2016. С. 61-69.

⁵ См.: Финансы : учеб. пособие / Н.Г. Иванова [и др.] ; под ред. Н.Г. Ивановой. Санкт-Петербург, 2016; Содержательный аспект тенденции к отражению действительного результата управления / А.А. Белостоцкая [и др.] // Экономические науки. 2016. □ 3 (136). С. 42-46.

⁶ См.: Министерство финансов России : офиц. сайт. Раздел, посвященный развитию финансовой грамотности. URL: <https://www.minfin.ru/ru/om/fingram/news>.

Поступила в редакцию 06.05.2017 г.