

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева»

(КГПУ им . В.П. Астафьева)

Институт социально-гуманитарных технологий

Кафедра Экономики и управления

Павлова Екатерина Николаевна

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ КАК ЭЛЕМЕНТА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование направленность (профиль) образовательной программы Экономика и управление в сфере образования

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ:

Заведующий кафедрой
д.п.н., профессор Грасс Т.П.

(дата, подпись)

Руководитель магистерской программы
д.э.н., профессор Фалалеев А.Н.

(дата, подпись)

Научный руководитель
д.э.н., профессор Щербенко Е.В.

Обучающийся Павлова Е.Н.

(дата, подпись)

Красноярск 2018

Содержание

Введение	3
1. Теоретические аспекты финансовой грамотности.....	6
1.1. Современное состояние финансовой грамотности населения.....	6
1.2. Государственное регулирование проблемы финансовой грамотности населения.....	12
1.3. Формы и методы образования населения.....	18 2
Разработка рекомендаций по повышению финансовой грамотности, как элемента экономической социализации студентов в условиях рыночной экономики для работы в банках.....	25
2.1 Характеристика банка.....	25
2.2 Анализ клиентов банка.....	
2.3 Анализ проблемы финансовой грамотности как элемента экономической социализации студентов в условиях рыночной экономики	36
2.4 Разработка рекомендаций по повышению финансовой грамотности - клиентов банка.....	42
Заключение.....	51
Библиографический список.....	59
Приложения	63
	65

Введение

Современное состояние и перспективы развития рыночной экономики характеризуются следующими факторами.

1. Возрастает значение индивидуальных финансовых решений в обеспечении благосостояния населения, повышается личная ответственность за них.
2. Активно расширяется потребительский сектор финансового рынка, растёт разнообразие и сложность финансовых продуктов.
3. Расширение личных сбережений и их рациональное использование обеспечивает более высокий уровень экономической и социальной стабильности.

Предполагается широкое участие населения в долгосрочных накопительных пенсионных, страховых и ипотечных схемах, обеспечивающих решение вопросов пенсионного накопления, социального и медицинского страхования, жилищной проблемы и образования. При этом финансовая грамотность позволяет домохозяйствам эффективно планировать и использовать личный бюджет, принимать решения в области личных финансов исходя из своих долгосрочных интересов, ориентироваться на потребительском финансовом рынке, взаимодействовать с финансовыми институтами, широко использовать продукты банковского и страхового секторов, избегать излишней задолженности, распознавать угрозы и снижать риски мошенничества со стороны потенциального недобросовестных участников рынка.

В совокупности этих факторов повышение финансовой грамотности населения является важным направлением укрепления среднего класса и сберегательного поведения населения как основы макроэкономической стабильности, эффективной социальной системы и развития финансового сектора.

Развитие рыночных отношений, рост благосостояния населения стимулируют повышение финансовой грамотности. Однако, очевидно и

обратное влияние финансовой активности и грамотного финансового поведения населения на состояние финансовой системы и экономики. Этим определяется актуальность и важность задач содействия повышения уровня финансовой грамотности населения.

Целью данной работы является выявление возможностей по повышению финансовой грамотности населения в существующих условиях на примере банка.

В соответствии с поставленной целью в работе решаются следующие задачи:

- рассматривается современное состояние финансовой грамотности населения;
- раскрывается государственное регулирование проблемы финансовой грамотности населения;
- исследуются формы и методы образования населения;
- дается характеристика банка;
- проводится анализ клиентов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк " Левобережный";
- проводится анализ проблемы финансовой грамотности клиентов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк " Левобережный";
- осуществляется разработка рекомендаций по повышению финансовой грамотности клиентов банка.

Предмет исследования – финансовая грамотность, объект анализа - ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк " Левобережный".

Теоретической основой работы являются работы отечественных и зарубежных авторов по вопросам исследуемой темы; законодательство Российской Федерации и его структур; официальные инструктивно-методические материалы; публикации в периодической печати, данные статистической отчетности.

Методической основой написания дипломной работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов: анализа, группировки, сравнения и др.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Общий объем дипломной работы составил 70 страниц с учетом приложений.

Дипломная работа иллюстрирована 17 таблицами, 11 рисунками, 3 приложениями.

Список использованных в ходе написания работы источников литературы включает 26 источников.

1. Теоретические аспекты финансовой грамотности

1.1. Современное состояние финансовой грамотности населения

Финансовый сектор – один из самых динамично развивающихся в российской экономике. Однако, быстрый рост финансовых услуг и продуктов, особенно потребительского кредитования на фоне финансовой непросвещенности и непонимания гражданами своих прав и обязанностей вызывает обеспокоенность и государства, и самого банковского сектора. До сих пор большая часть населения относится с недоверием и скептицизмом к банковскому сектору и финансовым рынкам. Недостаточный уровень финансовой грамотности населения в России выражается в неумении граждан строить долгосрочные финансовые планы, формировать эффективные сбережения, повышать качество своей жизни, правильно оценивать риски, принимать ответственность за свое финансовое благосостояние и будущее. Финансовая безграмотность населения является сдерживающим фактором для развития финансового рынка и экономики в целом /16/.

В международной практике финансовая грамотность определяется как способность физических лиц управлять своими финансами и принимать эффективные краткосрочные и долгосрочные финансовые решения, тесно связанная с финансовым образованием.

Под финансовой грамотностью как результатом финансового образования понимают «совокупность двух элементов /7/:

1) владение индивидами информацией о существующих финансовых продуктах и их производителях (продавцах), а также существующих каналах получения информации и консультационных услуг;

2) способность потребителя финансовых услуг использовать имеющуюся информацию в процессе принятия решения: при осуществлении специальных расчетов, оценке риска, сопоставлении сравнительных преимуществ и недостатков той или иной финансовой услуги».

Состояние финансовой грамотности в России, как и во всем мире, характеризуется двумя основополагающими факторами /5/:

1. Финансовая грамотность – осведомленность граждан России о финансовом рынке в целом, его институтах, органах государственной власти, которые контролируют рынок, базовых законодательно-нормативных актах, своих правах и обязанностях, проистекающих из норм действующего законодательства, а также деятельности государственных и общественных институтов призванных защищать права и разъяснять обязанности, а также умение применять свои знания на практике;

2. Финансовая культура - исторически определённый уровень развития финансовых отношений и включенности рядового человека в систему финансовых отношений, выраженный в осознании необходимости базовых финансово-экономических знаний и личной ответственности за принятые финансово-экономические решения, и, как следствие, формирование стимулов принятия осознанных решений в данной области с целью формирования личного благосостояния.

Проблематика финансовой грамотности охватывает широкий круг тем:

- осведомленность в вопросах банковских услуг и потребительского кредитования;
- управление личным бюджетом;
- управление финансовыми рисками (в том числе недопущение формирования избыточной задолженности и риска банкротства);
- вопросы страхования;
- понимание принципов инвестирования и соотношения между уровнем доходности и риска;
- знание прав потребителя и требований обязательного раскрытия информации;
- планирование пенсионного периода и финансового обеспечения основных событий жизненного цикла человека.

Финансовая грамотность населения Российской Федерации находится на неудовлетворительно низком уровне, что является одной из причин отсутствия в России класса долгосрочных инвесторов, влечет за собой проблемы финансовой безопасности граждан России, угрозы для стабильности финансовой системы, и, в конечном счете, отрицательно сказывается на темпах роста благосостояния населения России /10/.

Россияне обладают низким уровнем знаний об отдельных финансовых продуктах. О системе страхования вкладов осведомлено 45% взрослого населения России. При этом 58% респондентов, информированных о системе страхования вкладов, лишь слышали о её существовании, 33% знают о работе системы в общих чертах и лишь 9% оценили свои знания по данному вопросу как уверенные. Лишь 25% россиян пользуются пластиковыми карточками. При этом у владельцев кредитных пластиковых карт наблюдается низкий уровень осведомлённости о рисках, связанных с данным кредитным продуктом. Только 11% россиян имеют стратегию накоплений на обеспечение старости. Для сравнения – 63% населения в Великобритании имеют финансовую стратегию на период пенсионного возраста.

Несмотря на высокий уровень недоверия населения к финансовым институтам, россияне проявляют интерес к финансовым продуктам и услугам. Так, 33% опрошенных готовы инвестировать свои деньги и заявили, что купили бы акции какой-либо отечественной компании. Одновременно наблюдается рост граждан, которые хотели бы активно участвовать в финансовых рынках, а также желающих получить более подробную информацию об условиях, возможностях и преимуществах услуг, предлагаемых им финансовыми институтами.

Одной из существенных проблем, связанных с недостатком образования и навыков в области финансов, является отсутствие планирования личного или семейного бюджета. Большая часть граждан не осуществляет сбережений на случай непредвиденного снижения уровня дохода или возникновения непредвиденных расходов, несмотря на то, что такие ситуации вероятны даже в благоприятные периоды экономического развития страны. В результате,

значительное количество граждан может столкнуться и сталкивается с финансовыми трудностями даже в случае возникновения незначительных проблем. Налицо отсутствие какого-либо финансового планирования, что создает условия, при которых даже небольшое увеличение инфляции или рост уровня безработицы, а часто и простое изменение жизненных обстоятельств граждан может поставить их перед финансовыми трудностями. По оценкам Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), более половины населения (56%) не ведет учета своих доходов и расходов, а более 73% граждан России не имеет никаких сбережений /10/.

Лишь небольшая часть российского населения ориентируется в услугах и продуктах, предлагаемых финансовыми институтами. Почти половина россиян (49%) предпочитают хранить сбережения дома, а 62 % находят финансовые услуги сложными и непонятными.

В течение 2013 года в адрес Роспотребнадзора и его территориальных органов было направлено 18 957 обращений граждан, касающихся нарушений их прав в сфере финансовых услуг, что на 22% больше аналогичного показателя 2012 года. При этом большинство граждан предпочитают обращаться в Роспотребнадзор письменно (14 640 обращений или 77%) (рис. 1).

Следует отметить, что доля обращений граждан-потребителей финансовых услуг в общем объеме обращений, поступавших в Роспотребнадзор, по прежнему остается незначительной (3,4%), при этом за год эта доля снизилась на 0,3 п.п.

В структуре обращений граждан наибольшую долю занимают обращения, связанные с нарушением прав потребителей банковскими организациями – 15 186 обращений, или 80% от всех обращений граждан-потребителей финансовых услуг.

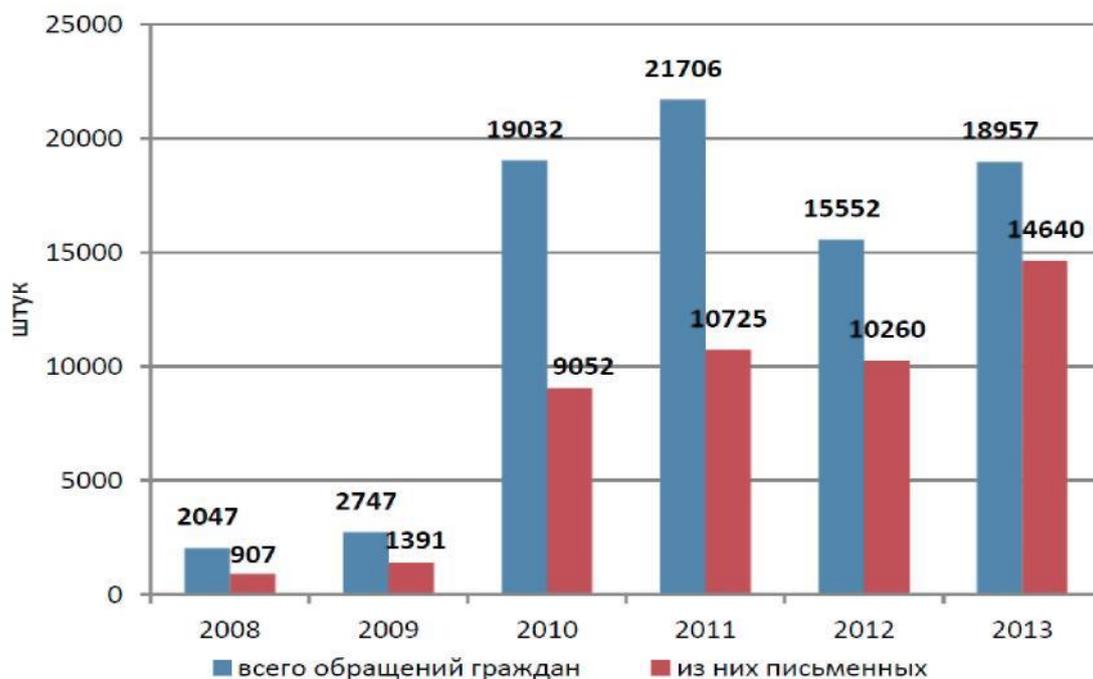


Рис. 1. Динамика количества обращений граждан в Роспотребнадзор по защите прав потребителей финансовых услуг /26/ Следует отметить, что схожее количество обращений с жалобами на деятельность банковских организаций за 2013 год поступило и в Центральный банк Российской Федерации (15 930 обращений) (рис.2).

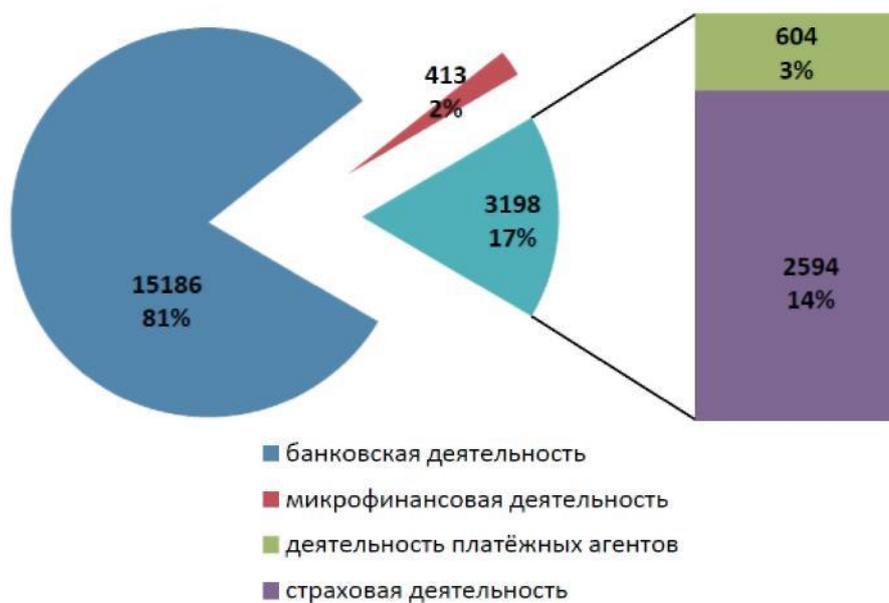


Рис. 2. Обращения, поступившие в Роспотребнадзор в 2013 году, по видам финансовых услуг, % /26/

В 2013 году значительно увеличилось количество обращений в Роспо-требнадзор граждан, недовольных оказанными услугами страховыми и микрофинансовыми организациями – в 3 и 2 раза соответственно. Рост числа подобных обращений можно объяснить, в частности, значительным (на 77%) увеличением за 2013 год объема рынка микрофинансовых организаций (85 млрд руб. против 48 млрд руб. в 2012 году), принятием Постановлений Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» и от 27.06.2013 № 20 «О применении судами законодательства о добровольном страховании имущества граждан», а также утверждения Федерального закона от 23.07.2013 № 234-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об организации страхового дела в Российской Федерации».

Как свидетельствуют данные ряда исследований, посвященных оценкам финансовой грамотности населения, уровень информационной асимметрии между потребителями финансовых продуктов и услуг и их поставщиками является очень высоким. Даже сравнительно простые финансовые продукты могут оказаться сложными для граждан, у которых отсутствуют элементарные основы финансовой грамотности. Характерной особенностью, выявленной в ходе исследований, является наличие двух крайностей в восприятии гражданами уровня своей финансовой грамотности. Существует категория граждан, представители которой полагают финансовые понятия весьма сложными для понимания и считают уровень своей финансовой подготовки недостаточным, в то время как граждане другой категории зачастую переоценивают свое понимание финансовых вопросов, не осознают степень своей неосведомленности. В результате граждане и той и другой категории принимают необоснованные финансовые решения, или становятся жертвой финансовых злоупотреблений и мошеннических схем /16/.

1.2. Государственное регулирование проблемы финансовой грамотности населения

Во многих развитых странах повышение финансовой грамотности является элементом государственной политики. Высокий интерес к теме личных финансов и финансовой грамотности отражен в ряде государственных программ. Решением задач в этом направлении занимаются специальные государственные ведомства или организации, финансируемые государством /15/:

- в США – Комиссия по финансовой грамотности и образованию (FLEC);
- в Австралии – Служба финансовой информации (FIS);
- в Канаде – Служба защиты потребителей финансовых услуг (FCAC);
- в Великобритании – Управление по финансовым услугам (FSA).

В этих странах проводятся регулярные исследования, направленные, с одной стороны, на оценку уровня финансовой грамотности индивидов (их способности использовать доступные финансовые инструменты, осуществлять планирование собственного бюджета и т.п.), с другой стороны, на определение наиболее приоритетных задач развития финансовой грамотности, каналов распространения информации, ее характеристик и реципиентов.

В международной практике на государство возлагается ключевая роль координатора процесса. На основании мнений экспертов можно выделить те функции, которые должны быть возложены на государство в программе повышения финансовой грамотности населения.

1. Координационно-консолидирующая функция.

Государство должно вырабатывать цели программы и способы их достижения – быть единым координационным центром, организатором публичной дискуссии по этой теме, определить единые стандарты, помочь игрокам рынка договориться между собой и преодолеть «проблему безбилетника», которая заключается в том, что если кто-то из участников рынка начинает тратить свои ресурсы на повышение финансовой грамотности населения, то тем самым создается общественное благо, которым пользуются все, а не только те, кто его создал /13/.

Государство также должно следить за тем, чтобы обеспечить реализацию программы на всей территории страны, даже в тех регионах, где в повышении грамотности населения в данный момент участники рынка не заинтересованы. Цель государства – не допустить того, чтобы программы повышения ФГ свелись к рекламным и маркетинговым действиям по продвижению продуктов и привлечению клиентов.

2. Мониторинговая и аналитическая функции.

Именно государство способно аккумулировать информацию о проблемных зонах рынка финансовых услуг для населения. Так, например, государственные контролирующие и регулирующие органы, занимающиеся рынками финансовых услуг, могли бы иметь в штате структурные подразделения, которые собирали бы и анализировали информацию, например, по тем жалобам, которые к ним поступают. В случае появления на рынке проблемных зон государственные органы должны публиковать на своих сайтах разбор наиболее типичных случаев и размещать материалы, которые могут быть полезны для людей, оказавшихся в конфликтных ситуациях (например, образцы писем и обращений в соответствующие органы, алгоритмы действий) /13/.

3. Контролирующая и регулирующая функции.

Государство как регулятор рынков обеспечивает лицензирование, мониторинг и защиту, следит за тем, чтобы недобросовестные участники не имели возможности предоставлять услуги населению, проводит политику повышения прозрачности работы финансовых институтов: раскрытие информации, унификация договоров, своевременное обеспечение законодательной базы.

Эта функция государства чрезвычайно важна, поскольку одна ФГ не защитит людей от мошенничества, если регулирующие и законодательные органы не создадут условий для добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей.

4. Образовательная функция.

Государство имеет в своем ведении образовательные учреждения и способно оказать влияние на то, какие знания будут доноситься до школьников

и студентов в их стенах. Только в рамках средней школы можно достичь максимального охвата различных слоев населения. Поэтому если в школьной программе удастся найти место знаниям о финансовых институтах и услугах, то велика вероятность того, что молодежь, выходя во взрослую жизнь, будет лучше осведомлена о финансовом рынке, при этом родители школьников также будут отчасти вовлечены в этот процесс /13/.

Целесообразность осуществления государственной политики в области финансовой грамотности определяется существованием ряда проблем, самостоятельное решение которых рынком ассоциируется с запретительно-высокими издержками:

1) необходимость агрегирования интересов. Структура стимулов потенциальных субъектов, формирующих и распространяющих информационно-образовательные программы повышения уровня ФГ, различна и не всегда отвечает интересам всех релевантных групп (государство, потребители финансовых услуг, частные организации, представляющие рынок финансовых услуг). Например, при отсутствии вмешательства государства из целевых аудиторий могут быть исключены наименее защищенные слои населения – пенсионеры, индивиды с низким доходом, отсутствием опыта потребления финансовых услуг и т.д. /8/;

2) необходимость координации действий при осуществлении программ (координация усилий частных, некоммерческих и иных организаций, производящих соответствующую информацию для потребителей финансовых услуг). В рамках реализации данных функций происходит экономия издержек как потребителей, так и производителей соответствующей информации посредством минимизации дублирования усилий ее производства, ее агрегирования из защищенных от недобросовестного манипулирования источников;

3) необходимость контроля качества информации. Некачественная информация, приводящая к потерям для потребителей, может дискредитировать не только ее непосредственного производителя, но и идею образовательных программ в области финансовой грамотности. Стимулы производителей фи-

нансовых услуг ориентированы, прежде всего, на извлечение наибольшей прибыли, а не на повышение уровня образования своих клиентов. Именно поэтому роль государства должна включать контроль как информации, являющейся основой информационно-образовательных программ, так и информации, раскрываемой производителями финансовых услуг при осуществлении сделки.

Проблема финансовой грамотности населения нашла понимание на государственном уровне и меры предпринимаются практически во всех странах. В Великобритании разработана Национальная программа по повышению финансовой грамотности. Также Национальная программа разработана в США, Австралии, Индии. В Бразилии также в настоящее время идет разработка национальной стратегии по повышению финансовой грамотности. В других странах достаточно большой акцент делается на повышении грамотности в сфере инвестирования, а инициативы исходят со стороны регуляторов финансовых рынков. То есть работа направлена не только на повышение общего уровня финансовой грамотности населения, но акцент делается на повышение знаний в области финансовых рынков.

В 2009 году Правительством РФ была разработана Концепция Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации. В целях решения задач по повышению емкости и прозрачности российского финансового рынка, а также улучшения уровня информированности граждан о возможностях инвестирования сбережений на финансовом рынке ФСФР приняла в 2009 году Основные направления деятельности, направленной на повышение уровня финансовой грамотности населения /12/.

Для дальнейшего стимулирования деятельности в этом направлении в марте 2011 года между Министерством финансов и Международным банком реконструкции и развития (МБРР) было подписано Соглашение о займе на сумму 113 млн. долларов на реализацию совместного проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

Исполнителем и главным распорядителем бюджетных средств по Проекту является Министерство финансов Российской Федерации. Проект реализуется во взаимодействии с Роспотребнадзором, Банком России, Министерством образования и науки, Министерством экономического развития России и другими ведомствами и организациями. Экспертную поддержку Проекта обеспечивает Экспертный совет. Функции по координации текущих работ по подготовке и реализации Проекта выполняются Рабочей группой Министерства финансов России.

Проект рассчитан на 5 лет до июня 2016 года, имеет национальный масштаб. Объем финансирования – 113 млн.долларов США.

С 2012 года Роспотребнадзор также активно участвует в реализации данного проекта путем взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами в решении актуальных вопросов улучшения защиты прав потребителей финансовых услуг /26/.

В 2013 году под руководством и при непосредственном участии Роспотребнадзора был осуществлен ряд важнейших мероприятий по решению принципиальных вопросов защиты прав потребителей финансовых услуг, повышению уровня финансовой грамотности и расширению доступности финансовых услуг:

- проведена оценка базового уровня финансовой грамотности населения в разрезе 3 целевых групп: школьники (14-16 лет); студенты дневных отделений высших и среднеспециальных учебных заведений; население с низким и средним уровнем дохода, включая активных и потенциальных потребителей финансовых услуг;

- разработана методика оценки эффективности и критерии анализа образовательных программ по повышению финансовой грамотности населения и развитию финансового образования;

- проведена работа по исследованию финансового поведения населения и привычки к накоплению сбережений, что является одним из базовых показателей активности потребителей на финансовом рынке;

- разработан веб-сайт в рамках реализации образовательных программ и информационной кампании по повышению финансовой грамотности;

- исследовано влияние мер, направленных на защиту прав потребителей финансовых услуг и расширение доступа к ним, на устойчивость финансовой системы России;

- разработаны и прошли апробацию модульные образовательные программы по повышению финансовой грамотности /26/;

- в рамках дополнительных образовательных программ подготовлены 77 наименований учебно-методических материалов по развитию финансовой грамотности обучающихся общеобразовательных учреждений начального и среднего профессионального образования.

Мероприятия в рамках Проекта Министерства финансов России и МБРР «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» в 2013 году были проведены не только на федеральном уровне, но и в двух пилотных регионах проекта /5/:

- В рамках региональных программ финансовой грамотности в Волгоградской области проведена оценка уровня финансовой грамотности потребителей на основе разработанных индикаторов финансовой грамотности, проведены круглые столы, мастер-классы, публичные лекции, деловые игры и викторины по вопросам финансовой грамотности. Были подготовлены учебные пособия и различного рода публикации по проблеме, уделяя особое внимание воспитанникам детских домов.

- В Калининградской области организованы образовательные курсы для «школ третьего возраста» (предпенсионного и пенсионного), а также военных пенсионеров. Проводились мастер-классы и семинары для педагогов, связанные с внедрением образовательных программ по финансам в учебных заведениях, взрослого населения, предпринимателей, а также неработающих граждан. Были организованы трансляции, информационные плакаты, а также

иные тематические информационные материалы по вопросам финансовой грамотности и финансовому просвещению для различных категорий населения.

1.3 Формы и методы финансового образования населения

Финансовое образование определяется Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) как «процесс, в результате которого индивиды улучшают свои знания о финансовых продуктах и концепциях и за счет информации, инструктажа и (или) объективных рекомендаций вырабатывают навыки и укрепляют доверие, чтобы понимать (финансовые) риски и иметь возможность делать информированный выбор, узнать о том, куда обращаться за помощью, а также уметь предпринимать другие эффективные действия, чтобы улучшать свое финансовое благосостояние и обеспечить защиту своих интересов» /9/.

Еврокомиссия так определила конечную цель финансового образования - развить способность потребителя и собственника маленькой фирмы понимать суть финансового продукта и принимать квалифицированные, продуманные решения.

В качестве причин роста внимания к финансовому образованию в рамках Организации экономического сотрудничества и развития в настоящее время относятся следующие:

а) возрастающая угроза перевода рисков на семьи (домохозяйства), у которых повышается ответственность за принятие жизненно важных финансовых решений для своего будущего благосостояния в связи:

- с увеличением средней продолжительности жизни;
- переходом от пенсионных схем с установленными пенсионными выплатами к пенсионным схемам, основанным на установленных взносах;
- повышением индивидуальной ответственности за услуги в сфере кредитов, здравоохранения, пенсий и страхования;

- увеличением доходов домашних хозяйств, вкладываемых в финансовые активы;

б) неопределенность и сложность в работе финансового сектора:

- более сложные продукты и рост поставок финансовых продуктов;

- избыток финансовой информации;

в) низкий уровень финансовой грамотности и возможностей у индивидуумов во всех странах:

- люди переоценивают свои финансовые знания и навыки;

- отсутствует доверие индивидуума к финансовым организациям;

- особенно страдают уязвимые группы населения.

Финансовое образование может обеспечить «взаимовыгодную» ситуацию для всех заинтересованных сторон /9/:

- льготы для людей: большая уверенность в принятии финансовых решений и улучшение финансового положения (то есть финансовое включение и улучшенный финансовый доступ, соответствующий пенсионный доход и уменьшенный риск сверхзадолженности). Также приносит пользу развитию и росту малых и средних предприятий;

- выгода для финансовой промышленности и финансовых рынков: более высокий уровень финансовой грамотности увеличивает спрос на финансовые продукты и уменьшает информационные асимметрии. Это также способствует прозрачности рынка, конкурентоспособности и эффективности;

- выгода для регуляторов: финансово грамотные потребители могли бы помочь ослабить контролируемую деятельность и учесть более низкие уровни регулирующего вмешательства;

- льготы для правительств: лучшее финансовое образование может привести к более успешной пенсии и реформе здравоохранения, включая большие частные показатели экономии, уменьшает риск будущих давлений расходов на социальные нужды и вообще способствует экономической стабильности и развитию.

Основными методами финансового образования являются:

- Открытый доступ к образовательным ресурсам;
- Программы финансовой грамотности для школ и вузов,
- Семинары для взрослых и программы на рабочем месте;
- Он-лайн ресурсы, игры, самообразование, программы дополнительного образования, конкурсы, олимпиады.
- Книги, брошюры, деловые игры и т.д.

В приложении 1 представлены инструменты финансового образования населения в соответствии с Национальной программой повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации.

В Красноярском крае применяются следующие формы финансового образования населения:

- Внедрены бесплатные курсы финансовой грамотности «Начни и совершенствуй свой бизнес». Курс обучения разработан Некоммерческим партнерством «Национальное партнерство участников микрофинансового рынка», рассчитан на тех, кто только собирается открыть свое дело и кто уже является предпринимателем. В обучающую программу входят дисциплины: основы маркетинга, выбор системы налогообложения, планирование доходов и расходов, прогноз движения денежных средств, отчет о прибылях и убытках, балансовый отчет, формы финансовой поддержки предпринимателей, рациональное заимствование, составление успешного бизнес-плана, услуги финансовых организаций для предпринимателей.

В 2014 году запланировано порядка 70 курсов в Красноярске и других городах Красноярского края, где обучение пройдут не менее 1700 бизнесменов.

- В рамках Стратегии развития Финансового университета на 2010-2015 гг. в части работы по программам профессионального образования «школа-колледж-вуз», апробируется в рамках экспериментальной площадки организационно-методическая модель экономического профиля в среднем (полном) общем образовании в формате программы «Формирование экономической культуры в общеобразовательной школе» на базе ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». Данный

курс в дальнейшем планируется внедрять в практику обучения учащихся средних школ края.

В США в программах повышения финансовой грамотности активно задействованы независимые финансовые советники (НФС). Это специалисты широкого профиля, которые глубоко разбираются во всех видах финансовых услуг, существующих на современном рынке, знают основы макроэкономики и могут проанализировать текущую ситуацию на рынке валют, фондовых рынках мира, рынках недвижимости, знают основные виды ценных бумаг — акции, паи инвестиционных фондов, облигации, основные инструменты страховой защиты и обеспечения пенсионного периода, а также владеют методиками, как построить инвестиционный портфель и правильно подобрать инструменты инвестирования для достижения финансовых целей клиента. Периодически проводится «Неделя финансового планирования», в ходе которой финансовые советники бесплатно проводят образовательные семинары и круглые столы для незащищенных слоев населения, предоставляют бесплатные консультации по управлению личными финансами и финансовым вопросам для желающих. Помимо этого для желающих доступна «горячая линия» с финансовым советником, когда каждый может связаться с ним и получить бесплатную консультацию по управлению личными финансами по телефону, проводятся открытые интервью с советниками, доступные для желающих. Данный сервис направлен на людей с невысоким достатком, на молодежь, а также на людей, столкнувшихся с трудностями (например, потеря работы). Данным категориям граждан недоступны услуги финансовых советников в силу их дороговизны, поэтому в рамках «Недели финансового планирования» услуги финансовых советников бесплатны.

Кроме того, организован специальный портал, посвященный финансовому планированию и популяризации среди населения информации следующего содержания /20/:

- бесплатные короткие видео-семинары, проводимые финансовыми советниками, в ходе которых они дают советы по экономному расходованию средств, пенсионному планированию, разумному подходу к инвестициям и т.д.;
- бесплатные брошюры-методички по управлению личными финансами;
- полезные практические статьи;
- он-лайн бесплатные консультации у финансовых советников по вопросам личных финансов;
- он-лайн калькуляторы по личному финансовому планированию.

Данный портал призван соединить население и финансовых советников, чтобы последние на безвозмездной основе оказывали помощь гражданам по вопросам грамотного управления своими финансами. На портале полностью отсутствует реклама, ссылки конкретных финансовых продуктов и финансовых организаций.

Зарубежный опыт может быть полезен для России, где институт финансовых советников находится на стадии становления. В России независимые финансовые советники только начинают использоваться в рамках масштабных мероприятий по повышению финансовой грамотности незащищенных слоев населения. Консультации, семинары и статьи предоставляются по следующим вопросам: инвестиции, кредитование физических лиц, страхование физических лиц, пенсионное обеспечение, налогообложение физических лиц /16/.

В России присутствуют порталы по финансовой грамотности, например: www.azbukafinansov.ru, www.moneybasics.ru, однако они представляют собой по большей части информационный ресурс, а не консультационный портал, связывающий советников и население. Тем не менее, данные порталы также сотрудничают с финансовыми советниками на предмет размещения их статей, бесплатных он-лайн консультаций для посетителей. По большей части сотрудничество состоит из публикации статей советников на данных порталах, что также немаловажно, так как данные статьи не продвигают никакие конкретные финансовые продукты или организации. Именно поэтому сотрудничество с советниками в рамках порталов по финансовой грамотности необходимо под-

держивать и расширять путем добавления он-лайн консультаций, форумов, видео-материалов и т.д.

В США финансовые советники, как правило, являются членами ассоциации финансового планирования и одновременно участниками более мелких групп, входящих в ассоциацию, которые организованы по территориальному принципу. Такая группа объединяет финансовых советников и выступает в роли «клуба по интересам». Подобный клуб удобен для СМИ, общественных и иных организаций, которые знают, куда можно обратиться, чтобы подобрать финансового советника для того или иного проекта, семинара, интервью и т.д.

В России подобных клубов нет. Имеются три организации — Институт финансового планирования, Национальная лига независимых финансовых советников и Гильдия независимых финансовых советников, которые только начинают собирать вокруг себя финансовых советников. Все организации базируются в Москве, у них на сегодняшний день региональная сеть не развита, то есть, они представляют собой зачаточный вариант «клубов по интересам».

Таким образом, роль советников в РФ все еще слишком мала. В связи с этим целесообразным представляется дальнейшее изучение и использование подобного опыта в проектах по финансовой грамотности в России.

Далее перейдем к выявлению проблемы финансовой грамотности на примере конкретного кредитно-финансового учреждения и дадим рекомендации по повышению финансовой грамотности клиентов банка.

2 Разработка рекомендаций по повышению финансовой грамотности клиентов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк " Левобережный"

2.1 Характеристика банка

Банк «Левобережный» основан в 1991 году. На сегодняшний день это один из крупнейших банков Сибирского региона, в его структуру входят подразделения в Новосибирске, Новосибирской области, Кемерово, Новокузнецке, Барнауле, Красноярске и Томске. Региональную сеть банка формируют 67 подразделений. Открывая новые офисы, «Левобережный» внедряет принятые стандарты качества, основанные на европейском стиле ведения бизнеса. Высокий уровень услуг финансовой организации ежегодно подтверждается результатами международных аудитов в соответствии со стандартами МСФО.

В числе клиентов финансовой организации - как частные лица, так и коммерческие предприятия всех отраслей экономики, а также органы государственного управления и бюджетные учреждения. «Левобережный» по праву можно назвать одним из самых «народных» банков - его услугами пользуются около 400 тысяч частных клиентов и более 18 тысяч предприятий малого, среднего и крупного бизнеса.

Банк предоставляет полный комплекс услуг физическим лицам: потребительские кредиты, вклады, ипотеку, автокредиты, обслуживание банковских карт, все виды переводов и платежей, предоставление банковских ячеек для хранения сбережений и драгоценностей, услуги на рынке ценных бумаг.

Банк «Левобережный» участвует в программе предоставления кредитов субъектам малого и среднего бизнеса Новосибирской области под поручительства фондов поддержки малого и среднего предпринимательства, Государственного фонда поддержки предпринимательства Кемеровской области, Алтайского гарантийного фонда, Красноярского регионального агентства поддержки малого и среднего бизнеса. Также активно развиваются собственные

программы кредитования корпоративных клиентов, среди которых есть специальные предложения для представителей малых и средних предприятий, программы по беззалоговому кредитованию, доступные для организаций, не имеющих достаточного обеспечения заемных средств.

Министерство финансов Российской Федерации включило Банк «Левобережный» в перечень банков, которые вправе выдавать банковскую гарантию в целях применения заявительного порядка возмещения НДС.

Одним из приоритетных направлений развития остается обеспечение внешнеэкономической деятельности клиентов.

Банк «Левобережный» входит в систему обязательного страхования вкладов и основные профессиональные и деловые сообщества России.

28 ноября 2014 года рейтинговое агентство «Эксперт РА» (RAEX) подтвердило рейтинг кредитоспособности Банка «Левобережный» на уровне А+ «Очень высокий уровень кредитоспособности», третий подуровень, прогноз «стабильный».

17 марта 2014 года Международное рейтинговое агентство Fitch присвоило Банку «Левобережный» рейтинг «В+», прогноз «Стабильный». По данным Fitch Ratings, долгосрочные РДЭ Банка «Левобережный» обусловлены его рейтингом устойчивости «b+», который отражает хорошие показатели прибыльности, адекватное качество активов и хорошую позицию ликвидности. В агентстве Fitch также отметили, что Банк «Левобережный» имеет более высокие показатели прибыльности, чем ближайшие сопоставимые финансовые организации.

Органы управления Банка действуют на основании Устава и Положений, утвержденных Общим собранием участников Банка и определяющих порядок их формирования и деятельности.

Совет директоров Банка осуществляет общее руководство деятельностью Банка, за исключением решения вопросов, отнесенных к компетенции Общего собрания участников Банка.

Председатель Совета директоров Банка избирается членами Совета ди-25

ректоров Банка из своего состава сроком на один год. Решение об избрании Председателя Совета директоров Банка принимается большинством голосов от общего числа членов Совета директоров Банка.

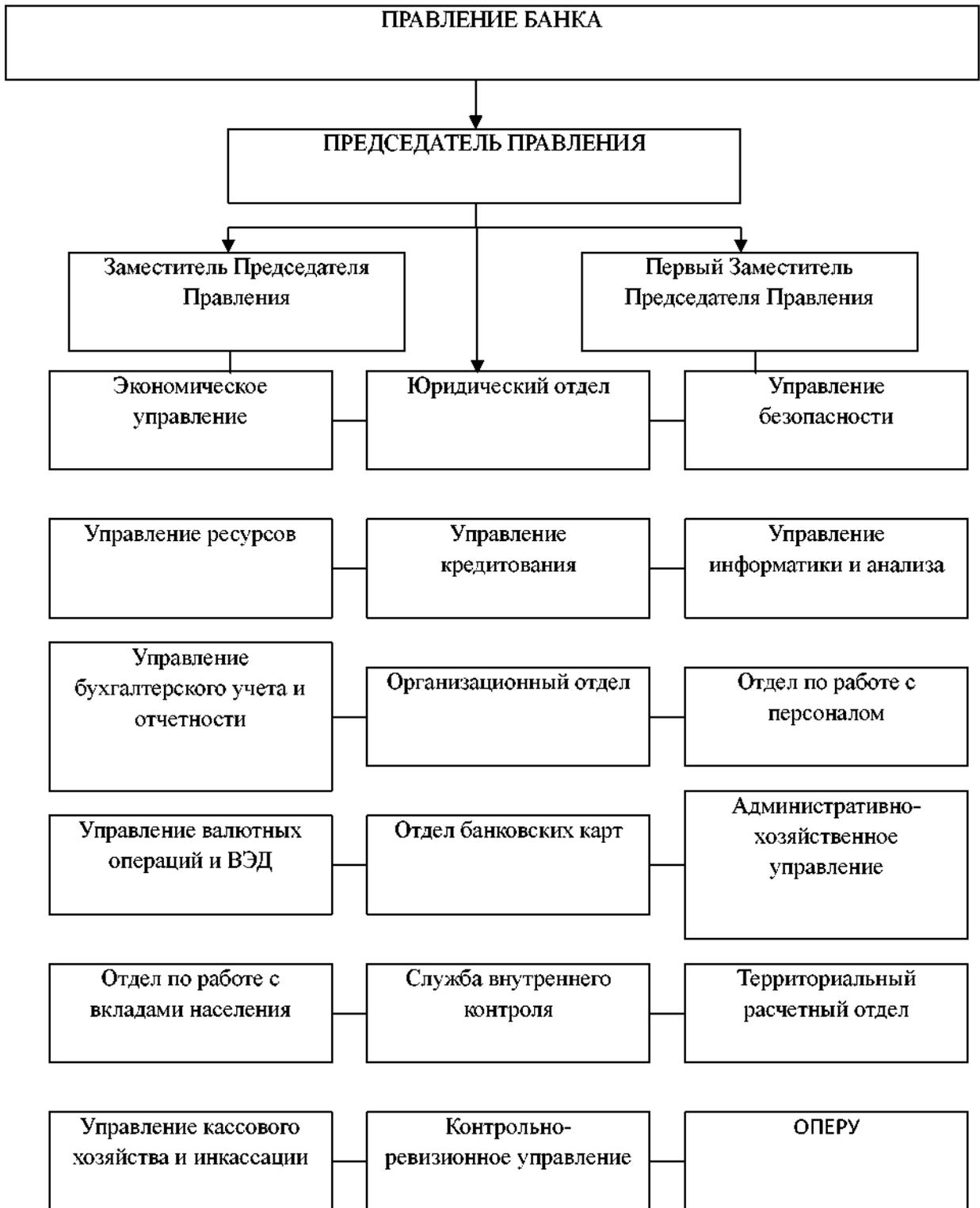
Правление Банка является коллегиальным исполнительным органом Банка. Правление Банка осуществляет руководство текущей деятельностью Банка в пределах его компетенции.

На рисунке 3 представлена структура управления ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный».

Экономическое управление ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» осуществляет:

- анализ основных экономических показателей деятельности банка и его подразделений в том числе: анализ эффективности использования трудовых и материальных ресурсов; анализ эффективности деятельности структурных подразделений и персонала; анализ клиентской базы; анализ доходов и расходов от клиентов и групп клиентов в разрезе банковских услуг; анализ поставщиков товаров и услуг, а также контрагентов и партнеров по бизнесу;
- подготовка бюджета банка и контроль его исполнения;
- планирование основных экономических показателей и контроль их исполнения;
- выявление причин отклонения плановых значений показателей от фактических;
- анализ эффективности проектов, организации новых структурных подразделений, подготовка расчетов для разработки бизнес-плана;
- оценку экономической целесообразности и качества формирования и размещения капитала банка (собственного, заемного, привлеченного), определение перспектив расширения сферы банковских операций;

Рис.3. Структура управления ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» оценку внешних по отношению к банку макроэкономических и нормативно – правовых условий деятельности (текущая емкость и доходность отечественных и международных финансовых рынков; отраслевых и региональных тенденции экономического развития; изменения государственной эко-26



номической политики; изменений отечественных и зарубежных нормативно - правовых условий банковской деятельности;

- проводит оценку влияния экономических и нормативно - правовых условий работы банка на эффективность выбранных направлений текущего и перспективного развития банка;
- проводит анализ конкурентоспособности качества и стоимости предлагаемых банком продуктов на рынке, сравнения их с аналогичными услугами других кредитных организаций;
- оценивается своевременность реагирования банка на действия конкурентов, а также на изменения хозяйственной конъюнктуры в нефинансовом секторе;
- на основе проведенного анализа вносятся соответствующие предложения руководству банка.

Управление бухгалтерского учета и отчетности подготавливает следующие виды отчетности:

- отчетность о выполнении обязательных нормативов деятельности банка;
- финансовую отчетность;
- бухгалтерскую отчетность;
- статистическую отчетность.

Контрольно-ревизионная служба ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» непосредственно подчиняется контрольно-ревизионному управлению банка.

Сотрудники Контрольно-ревизионной службы проводят тематические проверки, а также контролируют достоверность отчетности, представляемой подразделениями банка.

В функции контрольно-ревизионной службы входит:

- контроль за ведением банковского дела в соответствии с законом «О банках и банковской деятельности», нормативными документами ЦБ, уставом коммерческого банка, решениями собрания акционеров, Совета и Правления банка, другими нормативными положениями по банковской деятельности;

проведение проверок, ревизий и обследований с целью определения финансовой устойчивости и конкурентоспособности банка;

проверка бухгалтерских документов, фактическая проверка операций, проверка бухгалтерского учета, проведение встречных проверок, сопоставление записей в учете с документами;

постоянный мониторинг банковских рисков, направленный на своевременное выявление недостатков и разработку предложений по совершенствованию системы внутреннего контроля;

контроль за состоянием сметной дисциплины, достоверностью бухгалтерской отчетности, обоснованностью проведения операций по счетам банка и кассе;

контроль за соблюдением установленных требований по кредитованию. С целью повышения эффективности данного контроля, унификации информационного обмена между подразделениями контрольно-ревизионной службы, результаты проверок оформляются в строго формализованном виде. Систематизированная информация направляется в Контрольно-ревизионное управление, где, в свою очередь, формируется единая база данных по территориальным банкам;

практикуются превентивные проверки соблюдения сотрудниками банка налогового и валютного законодательства. По результатам проверок оформляются конкретные предложения, позволяющие минимизировать потери банка вследствие применения штрафных санкций и сократить текущие налоговые платежи;

осуществление методологических функции, а также координация деятельности подчиненных контрольно-ревизионных служб;

в связи с повышением степени автоматизации банковских работ одним из приоритетных видов деятельности контрольно-ревизионной службы является проведение систематических проверок правильности функционирования и достоверности результатов работы автоматизированных банковских систем, в том числе соблюдения требований к информационной безопасности.

— с целью выявления и предотвращения хищений специалистами контрольно-ревизионного аппарата обеспечено периодическое проведение компьютерного аудита во всех подразделениях банка.

Деятельность ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» регламентируется различными законами и инструкциями.

Основными документами для осуществления деятельности Банка являются:

- ФЗ «О банках и банковской деятельности»;
- ФЗ «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)»;
- Гражданский Кодекс РФ.

Также следует отметить о таких Положениях, как № 205-П «О правилах ведения бухгалтерского учёта в кредитных организациях, расположенных на территории Российской Федерации», и № 2-П «О безналичных расчётах в Российской Федерации».

А также, законодательно - нормативные акты:

- Положение Банка России № 255-П «Об обязательных резервах кредитных организаций»;
- Положение Банка России № 242-П «Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах»;
- Инструкция ЦБ РФ № 110-И «Об обязательных нормативах банков»;
- Инструкция ЦБ РФ № 17 «О составлении финансовой отчётности» и др.

Проанализируем работу банка за последние 2 года на основании данных бухгалтерской отчетности (Приложение 2). В таблице 2.1 представлена структура активов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» в 2012-2013 годах.

Таблица 2.1 Анализ

динамики состава и структура активов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный»

в 2012-2013 годах

Показатели	2012		2013		Отклонение (+ ; -)		Темп изменения, %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5	6	7
Денежные средства и счета в ЦБ РФ	424723	29,72	185705	12,02	-239018	-17,70	43,72
Обязательные резервы в ЦБ РФ	114528	8,01	98971	6,40	-15557	-1,61	86,42
Средства в кредитных организациях	20384	1,43	29006	1,88	8622	0,45	142,30
Чистая ссудная задолженность	848224	59,35	1205977	78,03	357753	18,68	142,18
Проценты начисленные	198	0,01	340	0,02	142	0,01	171,72
Основные средства	15236	1,07	22274	1,44	7038	0,37	146,19
Чистые вложения в ценные бумаги	288	0,02	288	0,02	-	-	100,00
Расходы будущих периодов	17	0,01	946	0,06	929	0,05	5564,71
Прочие активы	5647	0,38	2041	0,13	-3606	-0,25	36,14
Всего активов	1429245	100,00	1545548	100,00	116303	-	108,14

В связи со все возрастающим объемом исполнения платежей по поручению клиентов, Банк размещает значительные средства на корреспондентских счетах, открытых в Банке России и других коммерческих банках. Активы анализируемого учреждения в динамике возросли с 1429245 до 1545548 тыс. руб. или на 8,14%. В их структуре наибольшую долю занимает чистая ссудная задолженность (это ссудная и приравненная к ней задолженность за минусом резервов на возможные потери по ссудам), а именно 59,35 и 78,03% в 2012 и 2013 году соответственно.

Также значительна доля денежных средств и счетов в Центральном банке. В прошлом периоде их сумма была равна 424723 тыс. руб., а в 2013 года она сократилась до 185705 тыс. руб. или на 56,28%. Уменьшение также произошло по обязательным резервам в ЦБ РФ, а именно на 13,58% или на 15557 тыс. руб. и они составили в отчетном периоде 98971 тыс. руб. Средства кредитных организаций и чистая ссудная задолженность увеличились соответственно на 42,3 и 42,18%.

В таблице 2.2 представлен анализ структуры ресурсов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» в 2012-2013 годах.

в 2012 -2013 годах

Показатели	2012		2013		Отклонение (+ ; -)		Темп изменения, %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5	6	7
Собственные средства	286896	20,07	289636	18,74	2740	-1,33	100,96
Привлеченные средства	1142349	79,93	1255912	81,26	113563	1,33	109,94
Всего пассивов	1429245	100,00	1545548	100,00	116303	-	108,14

Таблица 2.2 Анализ динамики состава и структуры ресурсов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный»

Как видно из данных таблицы 2.2, в структуре пассивов анализируемого учреждения основную долю занимают привлеченные средства, а именно 79,93% или 1142349 тыс. руб. в 2012 году и 81,26% или 1255912 тыс. руб. в 2013 году, причем в динамике их сумма возросла на 9,94%. Доля собственных средств за период анализа уменьшилась на 1,33%, и в суммарном выражении они составили 289636 тыс. руб. Общая сумма пассивов в 2013 году составила 1545548 тыс. руб., что на 116303 тыс. руб. или 8,14% больше чем в 2012 году.

Далее рассмотрим структуру собственных средств, а именно направления изменения капитала, имеющегося у анализируемой кредитной организации (табл.2.3).

Таблица 2.3

Анализ динамики состава и структуры собственных средств
ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный»

в 2012 -2013 годах

Показатели	2012	2013	Отклонение (+ ; -)	Темп изменения
------------	------	------	--------------------	----------------

	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	ния, %
А	1	2	3	4	5	6	7
Уставный капитал	280000	97,60	280000	96,67	-	-0,93	100,00
Собственные акции, выкупленные у акцио- неров	-	-	-1649	-0,56	1649	0,56	X
Фонды и прибыль, оставленная в распоря- жении кредитной орга- низации	3721	1,30	3340	1,15	-381	-0,15	89,76
Переоценка основных средств	288	0,10	214	0,07	-74	-0,03	74,31
Нераспределенная при- быль за минусом рис- ков	2887	1,00	7731	2,67	4844	1,67	267,79
Собственные средства	286896	100,00	289636	100,00	2740	-	100,96

Величина собственных средств ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» за период анализа увеличилась на 2740 тыс. руб. составив 289636 тыс. руб.

В их структуре наибольшую долю занимает уставный капитал (97.6% и 96.67% в 2012 и 2013 году соответственно) который в суммарном выражении составляет 280000 тыс. руб. Уставный капитал ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» полностью состоит из обыкновенных акций, последняя эмиссия которых была осуществлена в 2010 году. В 2013 году банком были выкуплены у акционеров собственные акции на сумму 1649 тыс. руб.

В динамике произошло сокращение прибыли, остающейся в распоряжении кредитной организации на 381 тыс. руб. или 10,24%.

Величина нераспределенной прибыли за минусом рисков увеличилась более чем в 2,5 раза и составила в 2013 году 7731 тыс. руб.

В качестве следующего этапа анализа показателей, характеризующих финансовое состояние Банка, рассмотрим динамику структуры привлеченных средств, которые включают в себя средства клиентов, а также средства кредитных организаций (табл.2.4).

Таблица 2.4

Анализ динамики состава и структуры привлеченных средств
 ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный»
 в 2012 -2013 годах

Показатели	2012 год		2013 год		Отклонение (+ ; -)		Темп изменения, %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	
А	1	2	3	4	5	6	7
Средства кредитных организаций	46034	4,03	102964	8,20	57030	4,17	223,67
Средства клиентов	1022959	89,55	1094834	87,17	71875	-2,38	107,03
Выпущенные долговые обязательства	72239	6,32	47825	3,80	-24414	-2,52	66,20
Прочие обязательства	1108	0,09	10239	0,82	9131	0,73	924,10
Резервы на возможные потери	9	0,01	50	0,01	41	-	555,56
Привлеченные средства	1142349	100,00	1255912	81,26	113563	1,33	109,94

В структуре привлеченных средств банка преобладают средства клиентов – 1022959 тыс. руб. в 2012 и 1094834 тыс. руб. в 2013 году.

Сумма средств, полученных от кредитных организаций, возросла более чем в 2 раза, а именно на 123,67% или 57030 тыс. руб. составив 102964 тыс. руб.

В 2013 году банком были выпущены долговые обязательства на сумму 47825 тыс. руб., что на 33,8% меньше чем в 2012 году.

Прочие обязательства кредитного учреждения возросли более чем в 9 раз (на 9131 тыс. руб.) и стали составлять 102139 тыс. руб.

К резервам на возможные потери относятся резервы на потери по срочным сделкам и внебалансовым обязательства по расчетам с дебиторами по операциям с резидентами оффшорных зон. Их сумма увеличилась в 5 раз (с 9 до 50 тыс. руб.).

Проведенный анализ позволяет дать положительную оценку деятельности банка в исследуемом периоде.

Далее перейдем к анализу клиентов исследуемого банка.

2.2 Анализ клиентов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк "Левобережный"

Изучение клиентов являются одними из важнейших направлений анализа в банке. При исследовании клиентов (физических лиц) была использована информация базы данных банка (анкеты заполняемые при оформлении кредита, вкладов.

Исследование показало, что клиенты банка – это преимущественно женщины – около 60% (рис.4). Доля мужчин составила 42%.

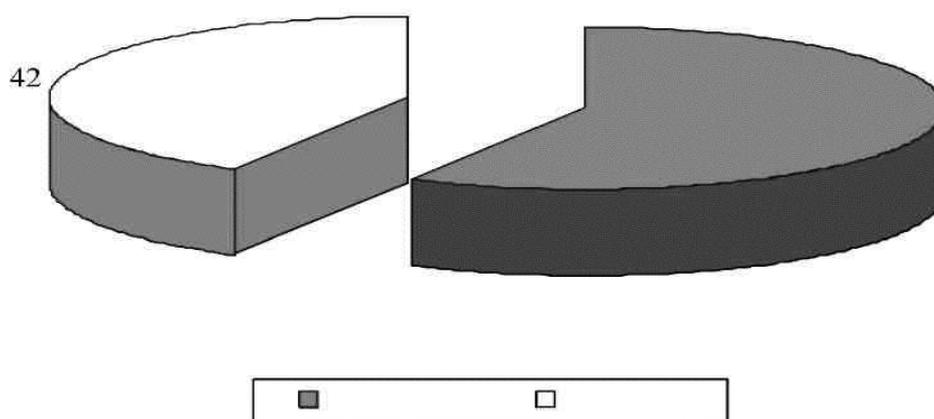


Рис.4. Структура клиентов банка по половому признаку, % В таблице 2.5 поведен анализ клиентов по полу, возрасту и уровню дохода.

Анализ клиентов по полу, возрасту и уровню дохода, %

Уровень дохода	Клиенты							
	До 25 лет		26-35		36-50		Свыше 51	
	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.	жен.	муж.
А	1	2	3	4	5	6	7	8
до 15 тыс.руб.	2	3	3	2	3	2	2	0
15-25 тыс.руб.	3	5	7	5	8	8	3	1
25-35 тыс.руб.	6	2	5	4	7	2	4	2

Свыше 35 тыс.руб.	1	1	3	2	2	0	1	1
Итого	12	11	18	13	20	12	10	4

На основании данных таблицы 2.5 можно сделать следующие выводы относительно характеристик клиентов банка:

- это преимущественно женщины (как уже отмечалось - 58% выборки);
- основная часть клиентов - это респонденты в возрасте от 26 до 50 лет -63% базы (рис.5);

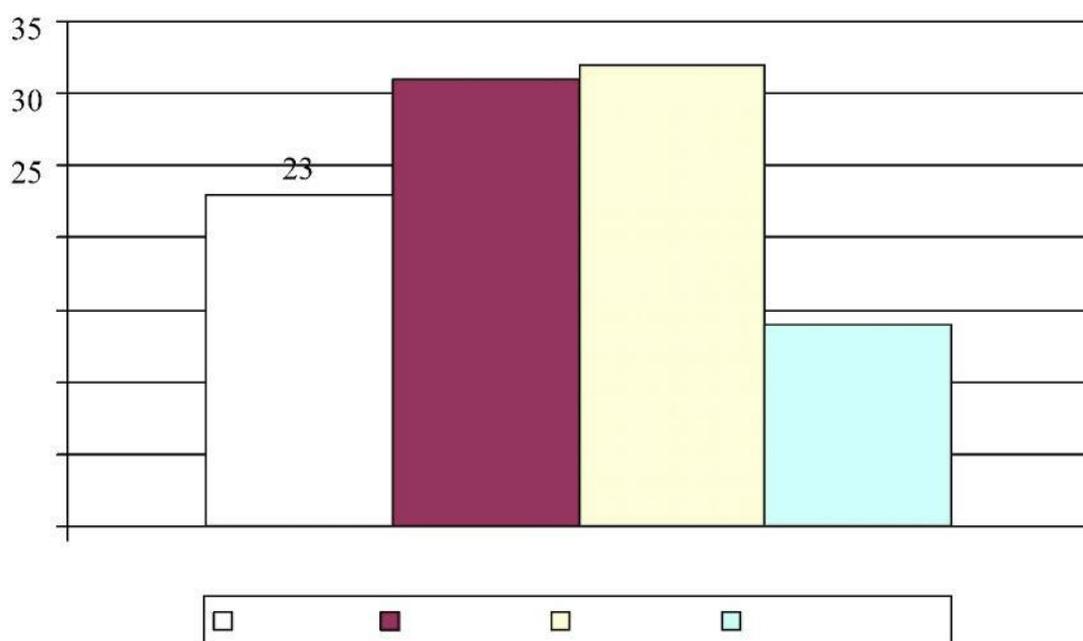


Рис. 5. Структура клиентов банка по возрастному признаку, %

- большая часть опрошенных – это люди с доходом от 15 до 25 тыс.руб. (рис.6).

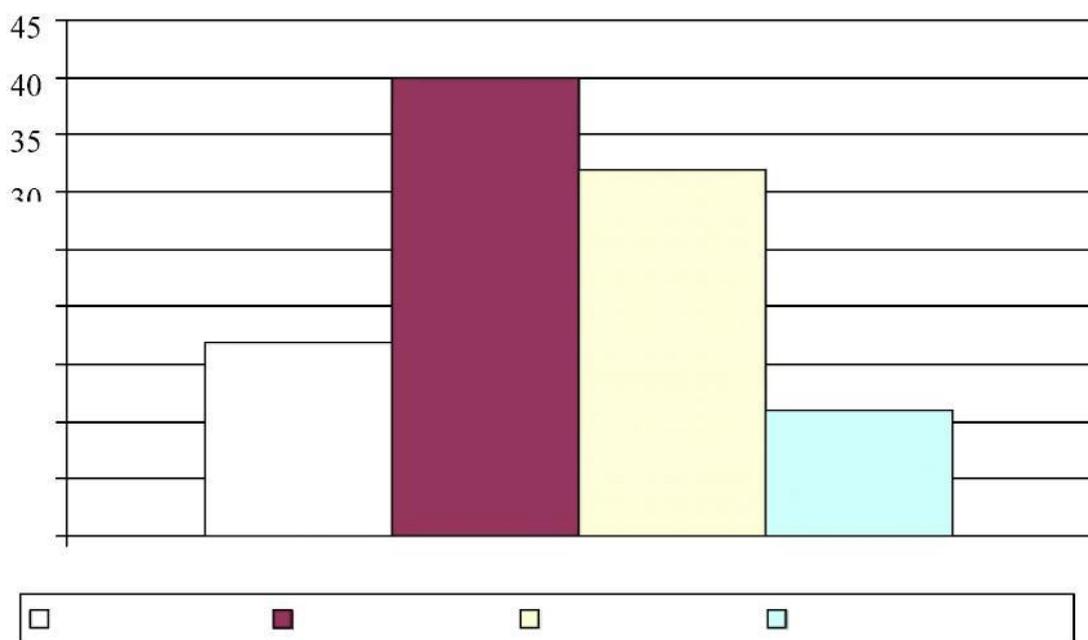


Рис.6. Структура клиентов банка по уровню дохода, % То есть обобщая вывод можно сказать, что клиенты банка – это в большинстве своем женщины в возрасте от 26 до 50 лет с уровнем дохода от 15 до 25 тыс.руб.

Далее рассмотрим клиентов по полу и социальному положению

Анализ клиентов по полу и социальному положению, %

Социальный статус	Клиенты	
	жен.	муж.
А	1	2
Служащий	26	13
Рабочий	19	13
Студент	4	6
Пенсионер	6	3
Безработный	5	5
Итого	60	40

(табл.2.6 и рис.7).

Таблица 2.6

Клиенты банка – это в основной своей массе рабочие и служащие мужчины и женщины – 39% служащих и 32% рабочих. Число женщин-студентов в выборке всего 10%. Число пенсионеров составило порядка 9% клиентской базы.

Значительна доля безработных –10%– это женщины домохозяйки и мужчины – временно безработные.

В завершение рассмотрим структуру клиентов банка по уровню образования (рис. 7).

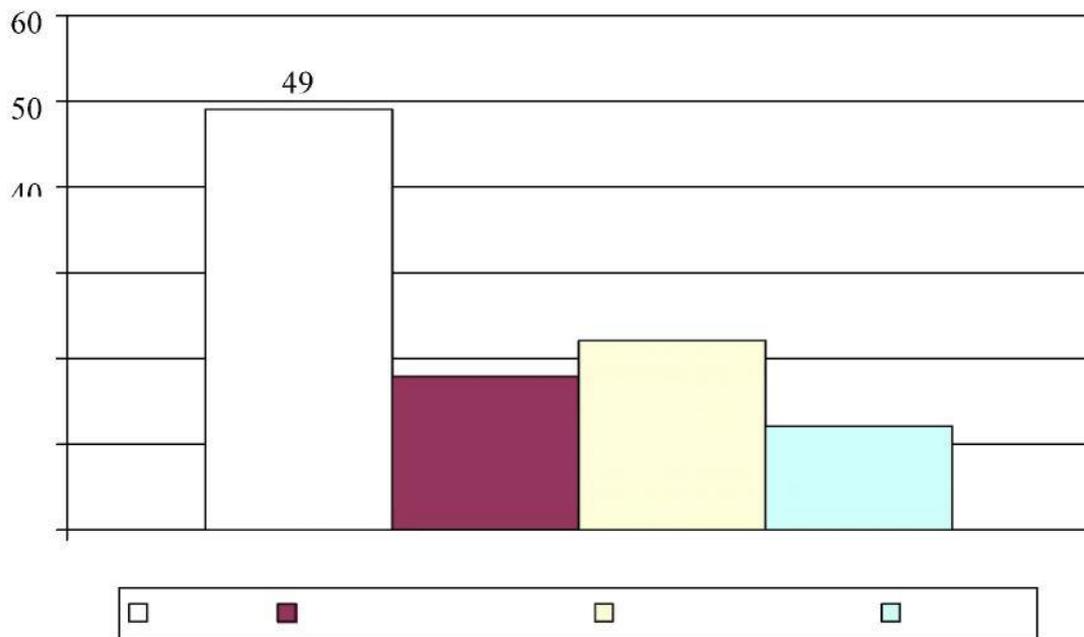


Рис.7. Структура клиентов банка по уровню образования, % Можно отметить, что клиенты банка – это преимущественно люди с высшим образованием (около 49%). Также значительна доля клиентов с неполным высшим образованием и среднеспециальным образованием (22 и 18% соответственно). На долю клиентов со средним образованием приходится 12% клиентов.

Обобщая полученную в ходе исследования информацию можно отметить, что клиенты банка – это преимущественно женщины в статусе рабочих и служащих, в возрасте от 26 до 50 лет с уровнем дохода от 15 до 25 тыс.руб. с высшим или неполным высшим образованием.

В ходе анализа клиентов (юридических лиц) было отмечено, что к числу клиентов банка относятся преимущественно частные предприятия – 92% (рис. 8).

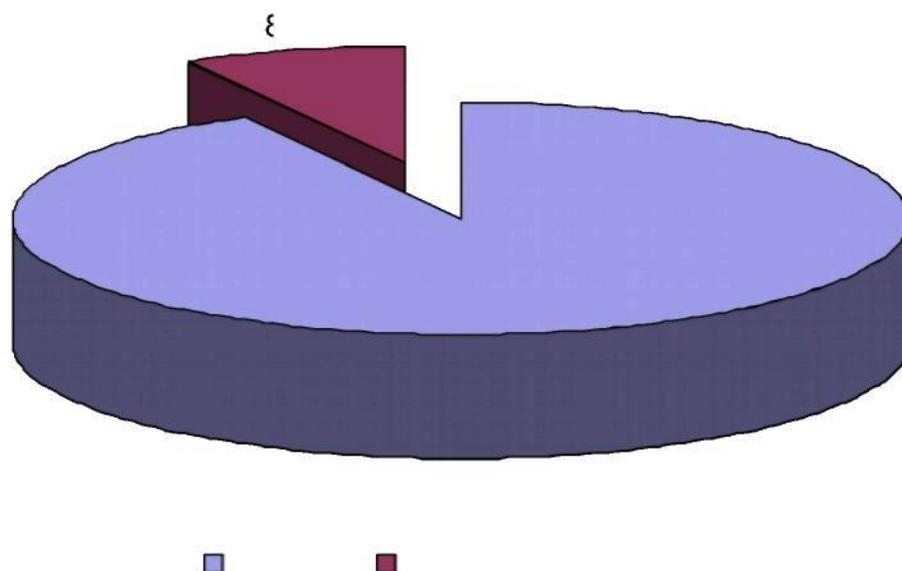


Рисунок 8 – Сегментация клиентов банка по форме собственности, % В свою очередь частные делятся по размеру – по среднесписочной численности работников – на крупные, средние и малые (рис.9).

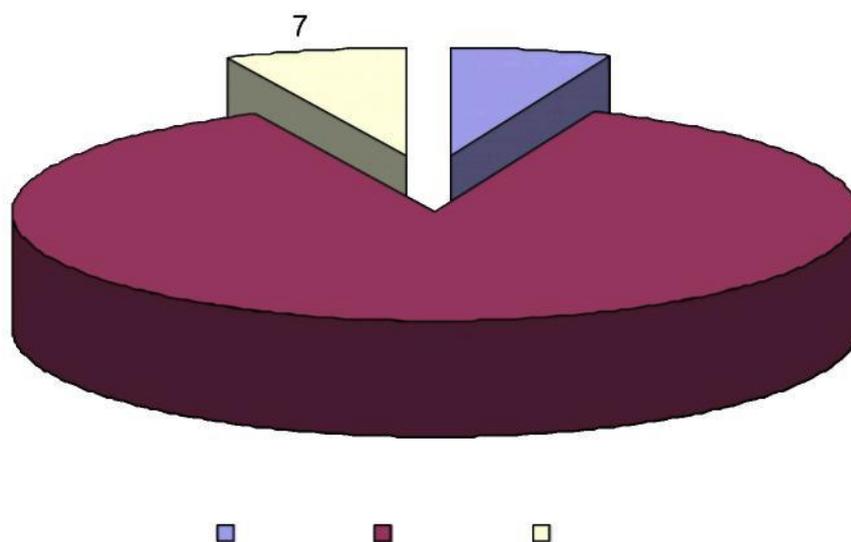


Рисунок 9 – Сегментация клиентов (юридических лиц) по среднесписочной численности, % Как видно из представленного рисунка самую большую долю занимают средние предприятия (87%). По виду деятельности клиенты банка представлены в следующих сферах (рис. 10).

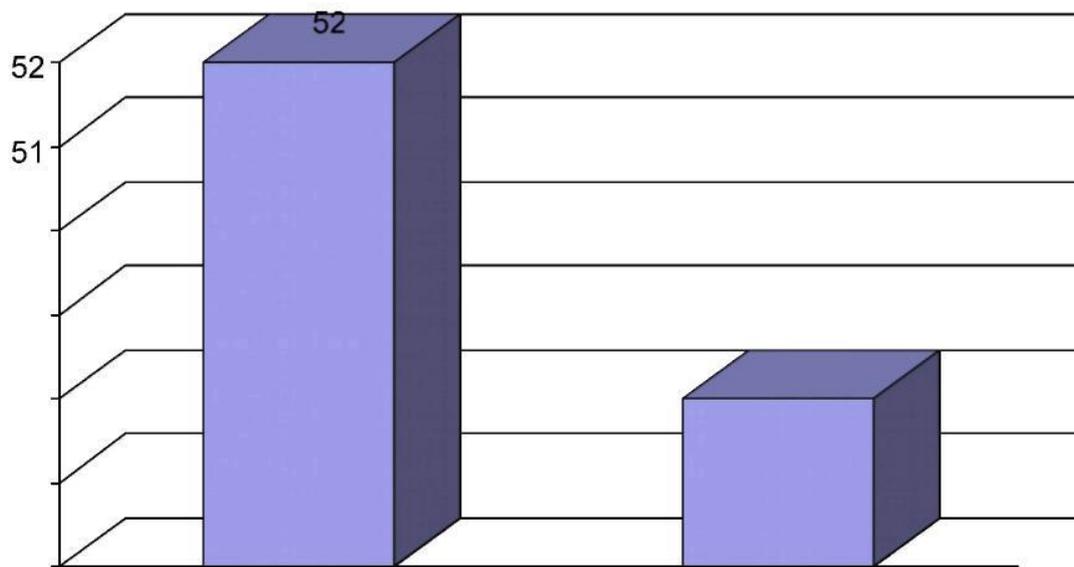


Рисунок 10 - Сегментация клиентов (юридических лиц) по сферам деятельности, % Самую большую долю занимают торговые предприятия – 52%. К ним относятся предприятия занимающиеся оптовой торговлей мебели, бытовой техники, строительных материалов, продуктов питания и т.д.

На долю производственных предприятий приходится 48% клиентской базы банка.

Сегменты		Требовательный		Элитный		Экономный	
		Частное	Государственное	Частное	Государственное	Частное	Государственное
Крупное	Торговля						
	Производство						
Среднее	Торговля						
	Производство						
Малое	Торговля						
	Производство						

В таблице 2.7 выделен целевой сегмент клиентов (юридических лиц).

Таблица 2.7

Целевой сегмент клиентов (юридических лиц)

Можно сделать вывод, что основной сегмент клиентов (юридических лиц) – это частные торговые предприятия, делающие упор на качество услуг. Далее перейдем к изучению проблемы финансовой грамотности клиентов исследуемого учреждения.

2.3 Анализ проблемы финансовой грамотности клиентов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк " Левобережный"

В целях анализа проблемы финансовой грамотности клиентов банка, рассмотрим бизнес-процесс обслуживания клиентов, для выявления этапов обслуживания на которых наиболее часто выявляется данная проблема.

В таблице 2.8 представлен анализ бизнес-процессов ОАО Новосибирский

Подпроцесс	Состав	Проблема финансовой грамотности
А	Б	В
Первичный контакт консультанта с потенциальным клиентом	-выявление потребности -общее консультирование - направление к менеджеру	-отсутствует представление о финансовых механизмах, о состоянии рынка - затягивается процесс обслуживания ввиду необходимости подробного изложения особенностей предоставления услуг, неоднократного консультирования;
Первичный контакт менеджера с клиентом	Приход клиента	
Консультирование	Выявление потребности клиента оформлению и т.д.	- увеличиваются затраты времени на обслуживание одного клиента, что снижает продуктивность работы консультантов и менеджеров;
Оформление	Общее консультирование клиента Специальное консультирование	- возможен уход клиента, если специалист банка не сможет доступно изложить условия сотрудничества.

Составим диаграмму обслуживания клиента в ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» (рис. 11).



социальный коммерческий банк «Левобережный».

Таблица 2.8

Анализ бизнес-процессов ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный»

сотрудничества		сотрудничества	
Возможность сотрудничества		Возможность сотрудничества	Консультант
Возможность сотрудничества		Отказ клиента	Консультант
		Возможность сотрудничества	
Возможность сотрудничества		Отказ клиента	Менеджер
		Возможность сотрудничества	
Возможность сотрудничества		Отказ клиента	Менеджер
		Возможность сотрудничества	
Возможность сотрудничества			Менеджер

Рис. 11. Диаграмма хода деятельности обслуживания клиента

Диаграмма хода деятельности процесса – это схематическое изображение установленной последовательности выполнения процесса. Диаграмма процесса позволяет дать наглядное представление о его ходе от начала до конца.

Таким образом, результатом осуществления успешного процесса будет оформление услуги. Можно отметить, что при условии контакта с финансово неграмотным клиентом во первых растет риск отказа клиента от услуги на каждом этапе бизнес-процесса, во вторых растет время затрачиваемое сотрудниками банка.

В таблице 2.9 представлены основные процедуры бизнес-процесса и функции персонала ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный».

Таблица 2.9

Распределение функций по бизнес-процедурам процесса взаимодействия персонала ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк

«Левобережный» с клиентами

Процедуры процесса взаимодействия	Функции (работы) персонала
А	Б
Первичный контакт консультанта с потенциальным клиентом	Выявление потребностей. Сообщение первичной информации (к какому менеджеру необходимо обратиться).
Первичный контакт менеджера с клиентом	Выявление потребности. Оценка заинтересованности.
Консультирование	Установление вербального, визуального и психологического контакта с потенциальным клиентом. Консультация - ответы на вопросы.
Оформление	Прием документов Оформление документов о сотрудничестве. Консультации потенциальных и существующих клиентов. Контроль качества обслуживания (оценка удовлетворенности клиентов).

В соответствии со стандартом ИСО 9000-2005 на входе в бизнес-процесс формулируются требования клиентов, а на выходе измеряется удовлетворенность клиентов. Удовлетворенность клиента банка зависит от степени доступности информации излагаемой консультантом и менеджером - так как клиент должен не только получить услуг, но и понять особенности ее использования, для того чтобы в дальнейшем не возникло претензий о порядке ее предоставления.

Для выявления направлений повышения качества обслуживания клиентов банка, проведем анализ с помощью инструмента SERVQUAL, основанного на соотнесении ожиданий потребителя и восприятия полученной услуги. Для данного анализа менеджерами ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» было проведено анкетирование 20 клиентов банка. Бланк анкеты представлен в приложении 3.

В анкете содержится 22 вопроса, которые можно сгруппировать в блоки в соответствии с детерминантами (критериями) качества: - осязаемость (вопросы 1—4);

- надежность (вопросы 5—9);
- отзывчивость (вопросы 10—13);
- уверенность (вопросы 14—17);
- эмпатия (вопросы 18-22).

Респонденты отвечают на вопросы с помощью семибалльной шкалы Лайкерта («Абсолютно не согласен» — «Абсолютно согласен»). В таблицах 2.10 и 2.11 сведены данные опроса.

Таблица 2.10

Результаты опроса потребительских ожиданий

Критерии качества	Вопросы анкеты	Клиенты																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Осязаемость	Оборудование в этих организациях должно быть современным	5	6	7	6	6	6	7	7	5	4	2	6	7	7	6	4	5	6	5	7
	Элементы физического окружения в этих организациях должны быть привлекательными	6	6	6	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7
	Сотрудники этих организаций должны быть хорошо одеты и опрятны	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Внешний вид элементов физического окружения этих организаций должен соответствовать типу предоставляемых услуг	6	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7
Надежность	Когда эти организации обещают предоставить услугу к определенному сроку, они должны выполнить это обещание	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Когда у потребителей возникают проблемы, эти организации должны проявлять сочувствие и стремиться успокоить потребителей	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Эти организации должны иметь надежную репутацию	6	6	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	6	7	7	6	6
	Они должны предоставлять услуги в обещанное время	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Эти организации должны вести записи аккуратно	5	6	6	5	5	4	3	5	4	6	5	4	4	5	7	4	6	5	7	6

Отзывчивость	От организаций не следует ожидать, что они информируют потребителей, когда услуга будет предоставлена	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Со стороны потребителей нереалистично ожидать незамедлительного предоставления услуги сотрудниками этих организаций	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Сотрудники не всегда должны испытывать желание помочь потребителям	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Если сотрудники слишком заняты, чтобы незамедлительно удовлетворить просьбы потребителей, это нормально	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Уверенность	Потребители должны иметь основания для доверия сотрудникам этих организаций	7	5	4	4	5	6	4	5	4	4	4	3	5	7	7	6	3	2	4
Уверенность	Потребители должны чувствовать себя в безопасности при общении с сотрудниками этих организаций	1	2	1	1	1	1	3	4	7	5	6	1	2	1	1	3	4	1	1	1
	Сотрудники этих организаций должны быть вежливы	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Сотрудники должны получать со стороны этих организаций поддержку для хорошего выполнения работы	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Эмпатия	От этих организаций не следует ожидать проявления индивидуального внимания к потребителям	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	От сотрудников этих организаций не следует ожидать проявления персонального внимания к потребителям	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Нереалистично ожидать от сотрудников этих организаций знаний нужд потребителей	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Анализ результатов анкетирования представлен в таблице 2.12.

Таблица 2.12

	точно услуга будет предоставлена																				
	Вы не получаете услугу от сотрудников незамедлительно	1	2	6	4	2	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
	Сотрудники не всегда испытывают желание помочь потребителям	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Сотрудники слишком заняты, чтобы незамедлительно удовлетворить просьбы клиентов	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Уверенность	Вы можете доверять сотрудникам предприятия	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Вы чувствуете себя в безопасности при общении с сотрудниками предприятия	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Сотрудники вежливы	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Сотрудники получают со стороны своей организации адекватную поддержку для хорошего выполнения работы	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Эмпатия	Организация не проявляет к Вам индивидуальное внимание	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Сотрудники не проявляют к Вам персональное внимание	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Сотрудники не знают Ваших нужд	7	6	5	7	7	7	4	4	1	1	1	1	1	4	1	1	1	7	1	1
	Предприятие не ориентировано на Ваши интересы	1	2	3	1	1	1	1	3	4	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1
	Часы работы предприятия удобны не для всех потребителей	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Анализ анкетирования ожиданий потребителей и восприятия получаемых в
ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» услуг

Критери и качества	Потребительские ожидания	Средняя оценка при анкетиро вании	Потребительское восприятие	Средняя оценка при анкетиро вании	Индекс SQI
Осязаем ость	Оборудование в этих организациях должно быть современным	5,70	Организация имеет современное оборудование	7,00	1,23
	Элементы физического окружения в этих организациях должны быть привлекательными	6,70	Элементы физического окружения организации привлекательны	6,60	0,99
	Сотрудники этих организаций должны быть хорошо одеты и опрятны	7,00	Сотрудники хорошо одеты и опрятны	7,00	1,00
	Внешний вид элементов физического окружения этих организаций должен соответствовать типу предоставляемых услуг	6,70	Внешний вид элементов физического окружения предприятия соответствует типу предоставляемых услуг	7,00	1,04
	Итого осязаемость (ожидания)	6,53	Итого осязаемость (восприятие)	6,90	1,06
Надежно сть	Когда эти организации обещают предоставить услугу к определенному сроку, они должны выполнить это обещание	7,00	Когда сотрудники обещают предоставить услугу к определенному сроку, они выполняют это обещание	6,00	0,86
	Когда у потребителей возникают проблемы, эти организации должны проявлять сочувствие и стремиться успокоить потребителей	6,90	Когда у Вас возникают проблемы, к вам проявляют сочувствие и стремятся успокоить Вас	6,50	0,94
	Эти организации должны иметь надежную репутацию	6,65	Организация имеет надежную репутацию	7,00	1,05
	Они должны предоставлять услуги в обещанное время	7,00	Организация предоставляет услуги в обещанное время	6,85	0,98
	Эти организации должны вести записи аккуратно	5,10	На предприятии ведут записи аккуратно	7,00	1,37
	Итого надежность (ожидания)	6,53	Итого надежность (восприятие)	6,67	1,02
Отзывчи вость	От этих организаций не следует ожидать, что они информируют потребителей, когда точно услуга будет предоставлена	1,05	Сотрудники не информируют потребителей, когда точно услуга будет предоставлена	1,00	0,95
	Со стороны потребителей нереалистично ожидать незамедлительного предоставления услуги сотрудниками этих организаций	1,00	Вы не получаете услугу от сотрудников незамедлительно	1,65	1,65
	Сотрудники не всегда должны испытывать желание помочь потребителям	1,00	Сотрудники не всегда испытывают желание помочь потребителям	1,00	1,00

	Если сотрудники слишком заняты, чтобы незамедлительно удовлетворить просьбы потребителей, это нормально	1,10	Сотрудники слишком заняты, чтобы незамедлительно удовлетворить просьбы потребителей	1,00	0,91
	Итого отзывчивость (ожидания)	1,04	Итого отзывчивость	1,16	1,12
Уверенность	Потребители должны иметь основания для доверия сотрудникам этих организаций	4,50	Вы можете доверять сотрудникам	7,00	1,56
	Потребители должны чувствовать себя в безопасности при общении с сотрудниками этих организаций	2,35	Вы чувствуете себя в безопасности при общении с сотрудниками предприятия	7,00	2,98
	Сотрудники этих организаций должны быть вежливы	7,00	Сотрудники вежливы	7,00	1,00
	Сотрудники должны получать со стороны этих организаций адекватную поддержку для хорошего выполнения своей работы	6,85	Сотрудники получают со стороны своей организации адекватную поддержку для хорошего выполнения работы	7,00	1,02
	Итого уверенность (ожидания)	5,18	Итого уверенность (восприятие)	7,00	1,35
Эмпатия	От этих организаций не следует ожидать проявления индивидуального внимания к потребителям	1,00	Организация не проявляет к Вам индивидуальное внимание	1,00	1,00
	От сотрудников этих организаций не следует ожидать проявления персонального внимания к потребителям	1,00	Сотрудники не проявляют к Вам персональное внимание	1,00	1,00
	Нереалистично ожидать от сотрудников этих организаций знаний нужд потребителей	1,00	Сотрудники не знают Ваших нужд	3,40	3,40
	Нереалистично ожидать, что эти организации ориентированы на интересы потребителей	1,00	Предприятие не ориентировано на Ваши интересы	1,50	1,50
	От этих организаций не следует ожидать удобных для всех потребителей часов работы	1,00	Часы работы удобны не для всех потребителей	1,00	1,00
	Итого эмпатия (ожидания)	1,00	Итого эмпатия (восприятие)	1,58	1,58
Всего		20,27		23,31	1,15

Таким образом, на основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

- По критерию «осязаемость» качество оказываемых банком услуг выше, чем ожидания потребителей - коэффициент составил 1,06, для повышения качества следует уделить внимание привлекательности внешнего окружения.
- По критерию «надежность» - коэффициент составил 1,02, то есть качество услуг выше, чем потребительские ожидания. Для повышения качества

оказания услуг банку необходимо осуществлять контроль за своевременностью их предоставления.

- По критерию «отзывчивость» коэффициент составил 1,12, то есть качество услуг выше, чем потребительские ожидания.
- По критерию «уверенность» коэффициент составил 1,35. все показатели потребительского восприятия выше, чем ожидания, что оценивается положительно.
- Критерий «эмпатия» получил оценку 1,58. негативно оценивается то, что присутствуют потребители, которых не устраивает то, что сотрудники банка не знают их потребностей.

Индекс качества равен:

$$23,31/20,27 = 1,15$$

В целом, коэффициент потребительского восприятия превысил коэффициент потребительских ожиданий на 3,04 и составил 23,31, что позволяет высоко оценить уровень качества оказываемых ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» услуг.

Для повышения качества услуг банку следует осуществить ряд рекомендаций направленных на повышение финансовой грамотности клиентов, что позволит повысить оценку следующих критериев качества:

- «Когда у Вас возникают проблемы, к вам проявляют сочувствие и стремятся успокоить Вас»;
- «Сотрудники не всегда испытывают желание помочь потребителям»;
- «Вы можете доверять сотрудникам»;
- «Вы чувствуете себя в безопасности при общении с сотрудниками предприятия»;
- «Организация не проявляет к Вам индивидуальное внимание»;
- «Сотрудники не проявляют к Вам персональное внимание»;
- «Сотрудники не знают Ваших нужд».

Далее дадим рекомендации по повышению финансовой грамотности

клиентов банка.

2.4 Разработка рекомендаций по повышению финансовой грамотности клиентов банка

В целях повышения финансовой грамотности клиентов банка предлагается:

- проведение опросов клиентов для выявления наиболее «непонятных» услуг (в дальнейшем результаты опросов будут использоваться для определения тематики консультаций, встреч и т.д.);
- ежемесячное проведение встреч и консультаций по повышению финансовой грамотности населения;
- проведение дня открытых дверей в банке;
- создание горячей линии по повышению финансовой грамотности;
- организация выступлений специалистов банка на телевидении в тематических программах;
- организация выступлений специалистов банка на радио в тематических программах;
- размещение всей информации о плане проведения встреч и консультаций, их содержании на сайте банка.

Рассмотрим данные рекомендации подробно.

Организацией исследования клиентов будет заниматься служба розничного бизнеса в филиалах банка.

Исследование клиентов позволит определить и исследовать весь комплекс побудительных факторов, которыми руководствуются клиенты при выборе банка, услуги, а также выявить основные проблемы, возникающие у клиента при данном процессе, а также в процессе пользования услугами.

Можно выделить следующие основные этапы организации исследования клиентов:

1. Определение целей исследования.

2. Определение методики исследования (анкетирование, наблюдение).
3. Определение величины выборки.
4. Определение сроков
5. Подготовка методической базы исследования.
6. Определение лиц, ответственных за проведение исследования.
7. Организационно-экономическая подготовка исследования.
8. Проведение исследования потребителей.
9. Контроль.
10. Обработка полученных данных.
11. Предоставление отчета руководству.

Отчеты о результатах проведенного исследования предоставляются директору филиала, а затем синтезированная информация используется для принятия решений о содержании консультаций и тематических встреч с населением.

Встречи и консультации будут проводиться на базе ВУЗов города, имеющих кафедру финансов. Оплата аренды не потребуется.

Для информирования населения о плане проведения консультаций и встреч будут задействованы 2 источника:

- размещение информации на сайте банка;
- печать брошюры с необходимой поясняющей информацией. Стоимость разработки макета брошюры составит 5 тыс.руб. Предлагается печатать брошюру на бумаге формата А4, с одной стороны,

бумага мелованная плотность 300 мм. Полноцветное нанесение.

Брошюра будет заказываться в ООО «ВЕРСО» - это типография является постоянным партнером банка. Брошюра будет напечатана тиражом 50000 штук, с повторами печати каждый месяц (к каждой тематической встрече с населением). Совокупные затраты на печать брошюр за год составят 869 тыс.руб.

Как уже упоминалось, информация также будет выкладываться на сайт банка для обеспечения постоянного доступа к ней. Ответственными за данное действие будут специалисты отдела ИТ.

Таблица 2.13

**План-график осуществления мероприятий
по повышению финансовой грамотности**

Мероприятие	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Согласование проведения встреч и консультаций с руководством ВУЗов	X	X										
Проведение тематических встреч и консультаций населения на базе ВУЗов		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Продолжение таблицы 2.13

Изготовление брошюры	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Выкладывание информации на сайт		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Проведение дня открытых дверей в банке		X			X				X			
Создание горячей линии по повышению финансовой грамотности населения	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Организация выступлений специалистов банка на телевидении в тематических программах	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Организация выступлений специалистов банка на радио в тематических программах	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Проведем анализ качества обслуживания клиентов с учетом предложенных рекомендаций с помощью инструмента SERVQUAL (табл. 2.14-2.15). Данные опроса потребительских ожиданий останутся прежними.

Критери и качества	Вопросы анкеты	Потребители																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

Таблица 2.14

Результаты опроса потребительского восприятия (с учетом изменений)

Осязаемость	Предприятие имеет современное оборудование	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
	Элементы физического окружения привлекательны	6	6	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	7
	Сотрудники хорошо одеты и опрятны	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Внешний вид элементов физического окружения предприятия соответствует типу предоставляемых услуг	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Надежность	Когда сотрудники предприятия обещают предоставить услугу к определенному сроку, они выполняют обещание	7	7	7	6	5	6	7	6	7	7	6	5	6	7	7	7	7	7	6	7
	Когда у Вас возникают проблемы, к вам проявляют сочувствие и стремятся успокоить Вас	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	1	6	6	7	7	7	7	7	6	7
	Предприятие имеет надежную репутацию	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Предприятие предоставляет услуги в обещанное время	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	На предприятии ведут записи аккуратно	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Сотрудники не информируют клиентов, когда точно услуга будет предоставлена	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Отзывчивость	Вы не получаете услугу от сотрудников незамедлительно	1	2	6	4	2	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
	Сотрудники не всегда испытывают желание помочь потребителям	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Сотрудники слишком заняты, чтобы незамедлительно удовлетворить просьбы клиентов	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Уверенность	Вы можете доверять сотрудникам предприятия	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Вы чувствуете себя в безопасности при общении с сотрудниками предприятия	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Сотрудники вежливы	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	Сотрудники получают со стороны своей организации адекватную поддержку для хорошего выполнения работы	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Эмпатия	Организация не проявляет индивидуальное внимание	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Сотрудники не проявляют к Вам персональное внимание	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Сотрудники не знают Ваших нужд	2	2	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
	Предприятие не ориентировано на Ваши интересы	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Часы работы предприятия удобны не для всех потребителей	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Таблица 2.15

Анализ анкетирования ожиданий потребителей и восприятия получаемых в ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» услуг с учетом изменений

Критерии качества	Потребительские ожидания	Средняя оценка при анкетировании	Потребительское восприятие	Средняя оценка при анкетировании	Индекс SQI
Осязаемость	Оборудование в этих организациях должно быть современным	5,70	Организация имеет современное оборудование	7,00	1,23
	Элементы физического	6,70	Элементы физического окру-	6,60	0,99

	окружения в этих организациях должны быть привлекательными		жения предприятия привлекательными		
	Сотрудники этих организаций должны быть хорошо одеты и опрятны	7,00	Сотрудники хорошо одеты и опрятны	7,00	1,00
	Внешний вид элементов физического окружения этих организаций должен соответствовать типу предоставляемых услуг	6,70	Внешний вид элементов физического окружения предприятия соответствует типу предоставляемых услуг	7,00	1,04
	Итого осязаемость (ожидания)	6,53	Итого осязаемость (восприятие)	6,90	1,06
Надежность	Когда эти организации обещают предоставить услугу к определенному сроку, они должны выполнить это обещание	7,00	Когда сотрудники обещают предоставить услугу к определенному сроку, они выполняют это обещание	6,50	0,93
	Когда у потребителей возникают проблемы, эти организации должны проявлять сочувствие и стремиться успокоить потребителей	6,90	Когда у Вас возникают проблемы, к вам проявляют сочувствие и стремятся успокоить Вас	6,50	0,94
	Эти организации должны иметь надежную репутацию	6,65	Организация имеет надежную репутацию	7,00	1,05
	Они должны предоставлять услуги в обещанное время	7,00	Организация предоставляет услуги в обещанное время	7,0	1,00
	Эти организации должны вести записи аккуратно	5,10	На предприятии ведут записи аккуратно	7,00	1,37
	Итого надежность (ожидания)	6,53	Итого надежность (восприятие)	6,83	1,05
Отзывчивость	От этих организаций не следует ожидать, что они информируют потребителей, когда точно услуга будет предоставлена	1,05	Сотрудники не информируют потребителей, когда точно услуга будет предоставлена	1,00	0,95
	Со стороны потребителей нереалистично ожидать незамедлительного предоставления услуги сотрудниками этих организаций	1,00	Вы не получаете услугу от сотрудников незамедлительно	1,65	1,65
	Сотрудники не всегда должны испытывать желание помочь потребителям	1,00	Сотрудники не всегда испытывают желание помочь потребителям	1,00	1,00
	Если сотрудники слишком заняты, чтобы незамедлительно удовлетворить просьбы потребителей, это нормально	1,10	Сотрудники слишком заняты, чтобы незамедлительно удовлетворить просьбы потребителей	1,00	0,91
	Итого отзывчивость (ожидания)	1,04	Итого отзывчивость	1,16	1,12
Уверенность	Потребители должны иметь основания для доверия сотрудникам этих организаций	4,50	Вы можете доверять сотрудникам	7,00	1,56
	Потребители должны чувствовать себя в безопасности при общении с сотрудниками этих организаций	2,35	Вы чувствуете себя в безопасности при общении с сотрудниками предприятия	7,00	2,98
	Сотрудники этих организаций	7,00	Сотрудники вежливы	7,00	1,00

	должны быть вежливы				
	Сотрудники должны получать со стороны этих организаций адекватную поддержку для хорошего выполнения своей работы	6,85	Сотрудники получают со стороны своей организации адекватную поддержку для хорошего выполнения работы	7,00	1,02
	Итого уверенность (ожидания)	5,18	Итого уверенность (восприятие)	7,00	1,35
Эмпатия	От этих организаций не следует ожидать проявления индивидуального внимания к потребителям	1,00	Организация не проявляет к Вам индивидуальное внимание	1,00	1,00
	От сотрудников этих организаций не следует ожидать проявления персонального внимания к потребителям	1,00	Сотрудники не проявляют к Вам персональное внимание	1,00	1,00
	Нереалистично ожидать от сотрудников этих организаций знаний нужд потребителей	1,00	Сотрудники не знают Ваших нужд	1,50	1,50
	Нереалистично ожидать, что эти организации ориентированы на интересы потребителей	1,00	Предприятие не ориентировано на Ваши интересы	1,00	1,00
	От этих организаций не следует ожидать удобных для всех потребителей часов работы	1,00	Часы работы удобны не для всех потребителей	1,00	1,00
	Итого эмпатия (ожидания)	1,00	Итого эмпатия (восприятие)	1,10	1,10
Всего		20,27		22,99	1,13

На основании данных таблицы можно сделать вывод, что при осуществлении предложенных мероприятий произойдут следующие изменения:

- общий показатель надежности возрастет до 6,83;
- показатель эмпатии составит 1,1 вместо 1,58;
- общий показатель качества услуг составит 22,99;

Все это свидетельствует о том, что при условии осуществления изменений получаемые услуги будут более соответствовать ожиданиям клиентов, то есть повысится эффективность работы банка (повысятся характеристики качества процессного подхода).

Рассчитаем индекс качества процесса: $22,99/20,27 = 1,13$ Для наглядности оценки эффекта от внедрения предложенных мероприятий сведем данные по оценке эффективности «до» и «после» в таблицу 2.16.

Таблица 2.16

Оценка эффективности с учетом предложенных мероприятий

Коэффициент	До	С учетом мероприятий	Изменение
1	2	3	4
Индекс качества (оценка результативности управления процессом)	1,15	1,13	-0,02

Таким образом, индекс качества процесса на 0,02 приблизился к идеальному состоянию (1), когда ожидания и восприятия клиентов полностью совпадают.

Заключение

Целью данной работы было выявление возможностей по повышению финансовой грамотности населения в существующих условиях на примере банка.

Предмет исследования – финансовая грамотность, объект анализа - ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк " Левобережный".

Банк предоставляет полный комплекс услуг физическим лицам: потребительские кредиты, вклады, ипотеку, автокредиты, обслуживание банковских карт, все виды переводов и платежей, предоставление банковских ячеек для хранения сбережений и драгоценностей, услуги на рынке ценных бумаг.

Проведенный анализ позволяет дать положительную оценку деятельности банка в исследуемом периоде.

В структуре пассивов анализируемого учреждения основную долю занимают привлеченные средства, а именно 79,93% или 1142349 тыс. руб. в 2012 году и 81,26% или 1255912 тыс. руб. в 2013 году, причем в динамике их сумма возросла на 9,94%.

Доля собственных средств за период анализа уменьшилась на 1,33%, и в суммарном выражении они составили 289636 тыс. руб.

В структуре привлеченных средств банка преобладают средства клиентов – 1022959 тыс. руб. в 2012 и 1094834 тыс. руб. в 2013 году.

Изучение клиентов являются одними из важнейших направлений анализа в банке.

Клиенты банка – это преимущественно женщины в статусе рабочих и служащих, в возрасте от 26 до 50 лет с уровнем дохода от 15 до 25 тыс.руб. с высшим или неполным высшим образованием.

В ходе анализа клиентов (юридических лиц) было отмечено, что к числу клиентов банка относятся преимущественно частные предприятия – 92%. Самую большую долю занимают торговые предприятия – 52%. К ним относятся

предприятия занимающиеся оптовой торговлей мебели, бытовой техники, строительных материалов, продуктов питания и т.д.

В целях анализа проблемы финансовой грамотности клиентов банка был рассмотрен бизнес-процесс обслуживания его клиентов.

Результатом осуществления успешного процесса является оформление услуги. При этом при условии контакта с финансово неграмотным клиентом во первых растет риск отказа клиента от услуги на каждом этапе бизнес-процесса, во вторых растет время затрачиваемое сотрудниками банка.

Удовлетворенность клиента банка зависит от степени доступности информации излагаемой консультантом и менеджером – так как клиент должен не только получить услуг, но и понять особенности ее использования, для того чтобы в дальнейшем не возникло претензий о порядке ее предоставления.

Для выявления направлений повышения качества обслуживания клиентов банка, был проведен анализ с помощью инструмента SERVQUAL, основанного на соотнесении ожиданий потребителя и восприятия полученной услуги.

В результате критерий «эмпатия» получил оценку 1,58. негативно оценивается то, что присутствуют потребители, которых не устраивает то, что сотрудники банка не знают их потребностей.

Коэффициент потребительского восприятия превысил коэффициент потребительских ожиданий на 3,04 и составил 23,31, что позволяет высоко оценить уровень качества оказываемых ОАО Новосибирский социальный коммерческий банк «Левобережный» услуг.

Для повышения качества услуг банку следует осуществить ряд рекомендаций направленных на повышение финансовой грамотности клиентов, что позволит повысить оценку некоторых критериев качества.

В целях повышения финансовой грамотности клиентов банка предлагается:

- ежемесячная печать брошюры с пояснениями в отношении отдельных услуг, оказываемых банком;

- размещение всей информации брошюры на сайте банка;
- проведение опросов клиентов для выявления наиболее «непонятных» услуг (в дальнейшем результаты опросов будут использоваться для определения тематики брошюр).

Организацией исследования клиентов будет заниматься служба розничного бизнеса в филиалах банка.

Отчеты о результатах проведенного исследования предоставляются директору филиала, а затем синтезированная информация используется для принятия решений о содержании следующего выпуска брошюры.

Совокупные затраты на печать брошюр за год составят 869 тыс.руб.

При условии осуществления изменений получаемые услуги будут более соответствовать ожиданиям клиентов, то есть повысится эффективность работы банка (повысятся характеристики качества процессного подхода).

Библиографический список

1. Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года
2. Распоряжение Правительства РФ от 29.12.2008 № 2043-р «Об утверждении Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года»
3. Об утверждении Основных направлений деятельности, направленной на повышение уровня финансовой грамотности населения
4. Алифанова, Е. Н. Анализ методических подходов к разработке индикаторов финансовой грамотности населения / Е. Н. Алифанова, Ю. С. Евлахова // Финансы и кредит. – 2013. - № 12. - С. 18-24.
5. Басовский, Л. Е. Финансовый менеджмент : учебник / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2011.
6. Белехова, Г.В. Оценка финансовой грамотности населения и пути её повышения / Г.В. Белехова // Проблемы развития территории. – 2012. – № 4 (60). – С. 96-109.
7. Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента. Том 2 / И. А. Бланк. – М. : Омега-Л : Эльга, 2011.
8. Бригхэм, Ю. Ф. Финансовый менеджмент : пер. с англ. / Ю. Ф. Бригхэм, М. С. Эрхардт ; под ред. Е. А. Дорофеева. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2011.
9. Донецкова О.Ю., Финансовая грамотность. Фактор формирования спроса на услуги финансовых посредников: Денежное обращение, кредит, банки и другие финансовые посредники в трансформационной экономике: сборник научных статей. Выпуск IV / под ред. д.э.н., проф. Н.И. Парусимовой – Оренбург ООО ИПК «Университет», 2013-124 с.
10. Донецкова О.Ю. Роль финансовой грамотности в формирование спроса на услуги финансовых посредников / Российское информационно-аналитическое издание, Страховая газета, № 9, (151) - 2013

11. Дулина, Н. В. Финансовая грамотность населения / Н. В. Дулина, В. В. Токарев // Известия Волгоградского государственного технического университета : межвуз. сб. науч. ст. № 3 (90). – Волгоград, 2011. – С. 37–40.
12. Зеленцова, А.В. Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и практика / А.В. Зеленцова, Е.А. Блискавка, Д.Н. Демидов. – М.: ЦИПСИР, КНОРУС, 2012. – 112 с.
13. Ионова, А. Ф. Финансовый менеджмент / А. Ф. Ионова, Н. Н. Селезнева. – М. : Проспект, 2010.
14. Исследование финансовой грамотности и инвестиционной культуры населения [Электронный ресурс] // [Режим доступа : <http://www.myshared.ru/slide/68552/#>].
15. Карасева, И. М. Финансовый менеджмент : учебное пособие / И. М. Карасева, М. А. Ревякина. – М. : Омега-Л, 2009.
16. Кардашов, В. Повышение финансовой грамотности населения и субъектов предпринимательства как важнейшая составляющая в решении проблемы «токсичных» долгов / В. Кардашов. – Режим доступа: <http://www.azbukafinansov.ru/files/Kardashov>
17. Концепция Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации [Электронный ресурс]. – [2009]. – Режим доступа: <https://docs.google.com/View?docid=0ATLJCwY1qsBjZGQ4azVyNXhfMTUwY3pnOGg3ajc&pageview=1&hgd=1&embedded=1&hl=ru>
18. Критерии финансовой грамотности населения и пути её повышения: отчёт по результатам исследования / Национальное агентство финансовых исследований. – Режим доступа: moneybasics.ru/files/doc/criteria_fin_literacy.doc
19. Кузина, О.Е. Оценка уровня финансовой грамотности населения РФ / О.Е. Кузина // Экспертное интернет-телевидение «Финансовое-образование.РФ». – Режим доступа: http://финансовое-образование.рф/тв-каналы/личные_финансы/

20. Кузина, О.Е. Проблемы измерения и пути повышения финансовой грамотности населения России / О.Е. Кузина, Д.Х. Ибрагимова // Мониторинг общественного мнения. – 2008. – № 4 (88). – С. 14-25.
21. Кузина, О.Е. Финансовая грамотность россиян (динамика и перспективы) / О.Е. Кузина // Деньги и кредит. – 2012. – № 1. – С. 68-72.
22. Кузина, О.Е. Финансовая грамотность молодежи: О.Е.Кузина // Мониторинг общественного мнения, 2009. № 4. С.23-27.
23. Кузнецов, Б. Т. Финансовый менеджмент / Б. Т. Кузнецов, А. Б. Кузнецов. – М. : КНОРУС, 2011.
24. Мониторинг финансового поведения населения [Электронный ресурс] / НИУ ВШЭ. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/org/projects/76214614>; <http://www.hse.ru/org/projects/47265530>
25. Оценки финансовой грамотности падают [Электронный ресурс] / Национальное агентство финансовых исследований. – Режим доступа: <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10639.html>
26. Повышение уровня финансовой грамотности – накопление в обществе человеческого капитала // Экономика мегаполисов & регионов. – 2010. – № 3 (33). – С. 12–21
27. Привалов, А. О небывалой финансовой грамотности / А. Привалов // Эксперт. – 2013. – № 11. – С. 10
28. Рогова, Е. М. Финансовый менеджмент : учебник / Е. М. Рогова, Е. А. Ткаченко. – М. : Юрайт, 2011
29. Россия начнёт повышать финансовую грамотность населения в 2014 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gazeta.ru/business/news/2013/09/05/n_3161589.shtml
30. Россияне не виноваты в своей финансовой неграмотности: интервью с О. Кузиной [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/interview/?id=3902237>
31. Трошин, А. Н. Финансы и кредит : учебник / А. Н. Трошин, Т. Ю. Мазурина, В. И. Фемкина. – М. : ИНФРА-М, 2009.

32. Финансы организаций (предприятий): Учебник / Под ред. Н.В.Колчиной .
-5-е изд.; перераб. и доп. -М.: ЮНИТИ, 2015.
33. Фридман, А. Н. Финансы организации (предприятия) / А. Н. Фридман. – М.
: Дашков и Ко, 2010.
34. Чеботарев, Н. Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Н. Ф. Чебота-
рев. – М. : Дашков и Ко, 2009.
35. Чечевицына, Л. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / Л. Н.
Чечевицына. – М. : Феникс, 2009.
36. Шевчук, Д. А. Финансы предприятия / Д. А. Шевчук. – М. : ИНФРА-М,
2009.
37. Шеремет, А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельно-
сти предприятия / А. Д. Шеремет. – М. : ИНФРА-М, 2011.
38. Шуляк, П. Н. Финансы предприятия : учебник / П. Н. Шуляк. – 9-е изд. – М.
: Дашков и Ко, 2016.
39. www.azbukafinansov.ru
40. www.moneybasics.ru
41. Доклад «О состоянии защиты прав потребителей в финансовой сфере в
2013 году»

Таблица 1.1 - Инструменты финансового образования населения

Инструменты (действия и меры)	Содержание работ	Особенности реализации
Горячая линия: ответы специалистов на прямые обращения граждан, пропаганда передового опыта организации домашних сбережений и инвестиций, предупреждение массовых ошибок.	Профессиональное консультирование населения по главным для домохозяйств финансовым вопросам. Организация «прямого контакта» специалистов и неспециалистов. Обобщение массовых проблем, выработка типовых рекомендаций. Пропаганда позитивного опыта финансового поведения на конкретных случаях и историях простых граждан. Типовые расчеты семейных бюджетов: доходы – кредит – расходы и т.д.	Организация телефонной «горячей линии» создание Интернет - портала Российской финансовый рынок.
Специальные разделы, посвященные вопросам финансовой грамотности на Интернет сайтах федеральных органов исполнительной власти. Банка России, Пенсионного фонда РФ и т.д.	Создание на Интернет сайтах всех ведомств и организаций, так или иначе регулирующих финансовый рынок, специализированные разделы для неподготовленных граждан простым доступным языком разъясняющие основные концепции, находящиеся в компетенции соответствующих органов и ведомств. Такие разделы должны в обязательном порядке содержать гиперссылку на ресурс Национальной программы.	Такие разделы должны быть созданы на Интернет сайтах ЦБ РФ, ФСФР России, Минфин России, ФНС, АСВ, АИРЖК и т.д.).
Интернет – портал - Российский финансовый рынок	Создание адаптированного для розничных инвесторов ресурса в сети Интернет, посвященного российскому финансовому рынку.	Создание Интернет - портала Российский финансовый рынок.
Создание центров финансового просвещения на базе территориальных органов федеральных и региональных органов исполнительной власти. Постепенное развитие сети Центров финансового просвещения в регионах РФ.	Роль Центров: аккумуляция усилий региональных властей, ВУЗов, местного бизнеса в деле финансового просвещения. Регулярные семинары. Круглые столы, для административных групп: государственные люди, журналисты, группы прорыва.	Благодаря Центрам удастся задавать единый высокий стандарт финансовой грамотности в разных регионах РФ.
Комментарийная программа в СМИ: Регулярные выступления в СМИ VIPов Клуба финансовой элиты с комментариями к экономическим событиям, с комментариями к решениям Правительства и ЦБ.	Наиболее эффективна с точки зрения воздействия на население: открытая разъяснительная работа VIPов, представителей экономической элиты. Эти люди - успешные профессионалы, поэтому облечены доверием у населения. Такая работа не потребует финансовых затрат на «размещение материалов» в СМИ, поскольку в большинстве случаев СМИ заинтересованы в таких эксклюзивных выступлениях звезд финансового рынка.	Для широкой публики важны не столько сами новости, сколько их осмысление, трактовка. Регулярные выступления VIPов будут задавать формат восприятия экономических событий, будут создавать мотив для обучения экономическим знаниям.
Тематические спец. выпуски газет и спец. колонка в партнерстве с одним или несколькими деловыми изданиями, посвященные самым острыми проблемами домохозяйств.	Небольшие газеты («Боевой листок»), способные заинтересовать простого человека и войти в каждый дом. Материал берется из вопросов Горячей линии, главное содержание: прямое финансовое консультирование домохозяйств и разъяснительная работа. Специальная колонка, посвященная вопросам финансового образования в одной или нескольких многотиражных газетах, популярной у населения.	Спецвыпуски могут распространяться по сетям отделений Сбербанка, других банков, широко работающих с населением.
Брошюра – памятка: Финанс	Памятка должна стать своеобразной «Техни-	Брошюра – памятка распро-

<p>совая безопасность домохозяйств:</p> <p>Обобщение опыта Горячей линии, четкие и понятные для простых граждан технологии: кредит, ипотека, акция, инвестиции, пенсии и т.д.</p>	<p>кой безопасности» при столкновении обычного человека с современными финансовыми инструментами. Выход памятки освещается в СМИ, комментируется экспертами и представителями финансовой элиты. Памятка создается в партнерстве с ВШЭ, ключевые тезисы предварительно тестируются на фокус-группах.</p> <p>В памятке должно быть четко указано, где можно получить дополнительную подробную информацию по всем вопросам, связанным с финансовой грамотностью.</p>	<p>страняется по клиентским каналам бизнес – сетей (банки, инвестиционные компании, пенсионные фонды). ВУЗы, госорганы, работающие с населением.</p>
<p>Издание народного учебника «Курс практической экономики».</p> <p>Азы экономики раскрывают представители финансовой элиты, малого и среднего бизнеса.</p>	<p>В таком учебнике должны быть ответы на самые насущные экономические вопросы домохозяйств с точки зрения опыта успешных людей. Учебник создается на основе серии интервью, в нем будут задаваться эффективные стереотипы финансового поведения.</p>	<p>Миссия учебника: передача успешных стереотипов финансового поведения от элиты – широким слоям населения.</p>
<p>Введение базового курса финансовой грамотности ВУЗы, старшие классы школ среднего образования. (Совместная инициатива соответствующих ведомств и Министерства образования и науки).</p>	<p>Социологические опросы показывают, что такая мера найдет широкую поддержку у населения.</p>	<p>Миссия курса: дать базовые практические знания молодежи, входящей в жизнь, создать мотив для постоянного изучения экономики, совершенствования знаний.</p>
<p>Социологическая диагностика групп риска: пользователи кредита, массовых инвесторов, пенсионеров и др.</p> <p>Раз в полгода мониторинг финансовой грамотности РФ.</p>	<p>Серии фокус-групп в Москве и регионах. Определение круга проблем, стереотипов поведения, оценка эффективности каналов коммуникации, «запаса прочности» семейных бюджетов. Раз в полгода: общероссийские мониторинговые соцопросы: динамика финансовой грамотности и состояния домохозяйств, выявление новых групп и очагов риска.</p>	<p>Социологические исследования осуществляются в партнерстве с социологическими службами, регулярно публикуются в СМИ и комментируются представителями финансовой элиты с «расшифровкой проблем» для населения.</p>
<p>Обзор – мониторинг бизнес-программ финансового просвещения.</p>	<p>Отбор наиболее эффективных программ финансового просвещения, инициированных бизнесом и осуществляемых в других странах. Адаптация наиболее сильных программ бизнеса для прямой работы с населением по линии государства.</p>	<p>Учреждение номинации ФСФР России для бизнеса: Лучшая программа финансового просвещения. Ежегодное подведение итогов и освещение лучших программ в СМИ.</p>
<p>Регулярные рубрики в СМИ: финансовая грамотность.</p>	<p>Переговоры с газетами, журналами, радио, ТВ о создании регулярных рубрик, посвященных финансовой грамотности населения.</p>	<p>Публикация выступлений VIPов клуба финансовой элиты. Выступления местных предпринимателей, регулярные консультации по типовым вопросам домохозяйств.</p>
<p>Ежегодный общероссийский медиа – форум по финансовой грамотности. Проектного конкурса публикаций (передач ТВ), осуществляется в партнерстве с одним из федеральных телеканалов и Клубом региональных журналистов.</p>	<p>Инициирование от имени Центров финансового просвещения на местах общероссийского конкурса публикаций (передач ТВ), способствующих росту финансовой грамотности населения. Первый этап: межрегиональные конкурсы и подведение итогов. Второй этап: подведение итогов общероссийского конкурса, мероприятие в Москве с вручением наград лучшим экономическим журналистам.</p>	<p>Миссия конкурса: создание стимула для роста экономической грамотности журналистов. Создание общероссийского пула журналистов, заинтересованных в продвижении финансовых знаний.</p>
<p>«Звездные кафедры» в ВУЗах. Совместный проект</p>	<p>Использование региональной сети ВУЗов для популяризации практических экономиче-</p>	<p>Лучшие региональные ВУЗы сегодня стали центрами ин-</p>

<p>ФСФР России. Минобрнауки России, ВУЗов.</p>	<p>ческих знаний. Выступления с открытыми лекциями VIPов финансового рынка, а также руководителей государственных финансовых органов на базе ведущих ВУЗов Москвы, СПб. Краснодара. Самары. Екатеринбург. Томска. Красноярска. Превращение лекций в события: приглашение журналистов, общественный резонанс, публикация лекций. В дальнейшем: тиражирование опыта, расширение сети «звездных кафедр».</p>	<p>теллектуальной жизни. Миссия проекта: использовать их потенциал для популяризации финансовой грамотности.</p>
<p>Проведение ежегодных семинаров и брифингов по финансовой грамотности для государственных служащих: работников тех домоств, от которых зависит бизнес, и которые работают с гражданами, муниципальных служащих, инспекторов контролирующих органов и судей. Обзор инициатив, направленных на повышение уровня финансовой грамотности населения.</p>	<p>Повышение финансовой грамотности чиновников, наряду с ориентированием их на более эффективную работу с населением: предоставление консультаций в сфере компетенции, и предоставление информации государственным аппаратом с тем, где можно получить более детальную консультацию по вопросам финансовой грамотности или найти необходимую информацию. способно значительно улучшить деловой климат в стране.</p>	<p>Миссия программы: экономическая профессионализация государства, повышение эффективности взаимодействия государственного аппарата с гражданами.</p>
<p>«Обогащайтесь». Учебник: Как создать свой бизнес. Азы экономических и юридических знаний.</p>	<p>Президент России Д.Медведев провозгласил курс на рост массового предпринимательства в России. Однако, помимо административных барьеров, существует не менее серьезное препятствие: отсутствие базовых практических знаний по созданию бизнеса. Идеология учебника: пропаганда массового предпринимательства. Учебник создается на основе серии интервью успешных предпринимателей малого и среднего бизнеса. Аккумуляция их опыта и трансляция населению.</p>	<p>Создание практической модели движения к предпринимательству, описание эффективных шагов по пути к открытию собственного бизнеса. Учебник создается на основе серии интервью успешных предпринимателей малого и среднего бизнеса. Аккумуляция их опыта и трансляция населению.</p>