

АКТУАЛЬНО

Около двух лет назад Национальный банк инициировал кампанию по повышению финансовой грамотности населения. Сегодня специалисты утверждают: на государственном уровне создана необходимая инфраструктура для эффективной работы в этом направлении.

Известно, например, что образован межведомственный координационный совет, в который вошли представители госорганов, а также Всемирного банка, международных организаций, аудиторских компаний. При Ассоциации белорусских банков действует комитет по финансовой грамотности.

В начале 2013 года Совет Министров и Национальный банк утвердили План совместных действий органов государственного управления и участников финансового

– Юлия Вячеславовна, в полли ли мере белорусские банки включились в нелегкую борьбу за финансовое просвещение граждан?

– Большинство банков, представители которых вошли в Комитет по финансовой грамотности при Ассоциации белорусских банков, восприняли инициативу повышения финансовой грамотности с большим энтузиазмом. Они составили специальные планы, графики мероприятий, организовали работу специалистов-консультантов за пределами офисов – на предпрятиях, в организациях. Сотрудники банков выступают в роли наставников и помогают гражданам освоить ключевые понятия и базовые навыки финансовой грамотности.

– Что можете сказать об ОАО "Белагропромбанк"?

– Надо подчеркнуть, что Белагропромбанк одним из первых включился в эту работу. У банка широкая филиальная сеть, обучающими мероприятиями удалось охватить различные слои населения как в Минске, так и в регионах. Следует отметить усилия менеджеров, консультантов, специалистов фронт-офисов и в целом работу на стендовых площадках по организации обучающих семинаров, рекламных и маркетинговых акций, а также многочисленные публикации, радио- и телепередачи, инициированные банком.

Большое внимание ОАО "Белагропромбанк" уделяет финансовой грамотности школьников и молодежи, это – значимое направление в его работе. Банк оказывает спонсорскую помощь учреждениям образования, молодежным проектам, создает специальные банковские продукты для подрастающего поколения. Успешно реализуется рекламная акция "Детская сберегательная программа "Расти большой!". Дети, участвующие в этой программе, кроме процентов по вкладу, получают подарки на каждый свой день рождения. Они могут воспользоваться специальным кредитом на обучение, оформить бесплатную банковскую детскую платежную карту, выиграть ряд призов, в том числе даже поездку в парижский Диснейленд. Все это для того, чтобы ребята могли на практике научиться пользоваться деньгами, планировать свои расходы. Мне кажется,

работать с детской аудиторией специалистам ОАО "Белагропромбанк" легко и приятно, ведь они придумали замечательного веселого персонажа – Агрику.

Отрадно, что работники Белагропромбанка не оставили без внимания старшее по-

Грамоте учиться – вперед пригодится

коление, разработали специальные программы по кредитованию пенсионеров. На самом деле, в этом возрасте люди могут и должны активно пользоваться финансовыми инструментами.

Хочу отметить также специальные презентации в трудовых коллективах, в частности, торговых предприятий, на которых подробно знакомят с полным спектром финансовых продуктов и услуг, рассказывают о преимуществах безналичных расчетов, удобстве использования SMS-банкинга, Интернет-банкинга, автооплаты.

ОАО "Белагропромбанк" активно привлекает внимание населения к финансовому рынку и к финансовым продуктам. Не только эффективно развивает банковский бизнес, но и решает важные социальные задачи. Можно смело сказать, что банк находится в авангарде белорусских банков, которые активно занимаются ликбезом и стремятся повысить финансовую грамотность населения страны.

– Банки в один голос твердят, что они прямо заинтересованы в финансово-подкованном клиенте, но ощущение такое: многим кажется, что это произойдет само собой...

– Финансовая грамотность населения – это новое направление в работе, которое требует усилий, времени и, в конце концов, денег. Если думать не о сиюминутной выгоде, а о долгосрочном развитии, то заинтересованность, не на словах, появится.

Как свидетельствуют данные исследований, уровень информационной асимметрии

рынка по повышению финансовой грамотности населения Республики Беларусь на 2013 – 2018 годы. Мероприятия, которые реализуются в рамках Плана, масштабны, интересны и вселяют надежду на то, что финансовый ликбез населения может быть вполне успешным.

В самом Национальном банке действует рабочая группа по финансовой грамотности населения, создан отдел финансовой грамотности.

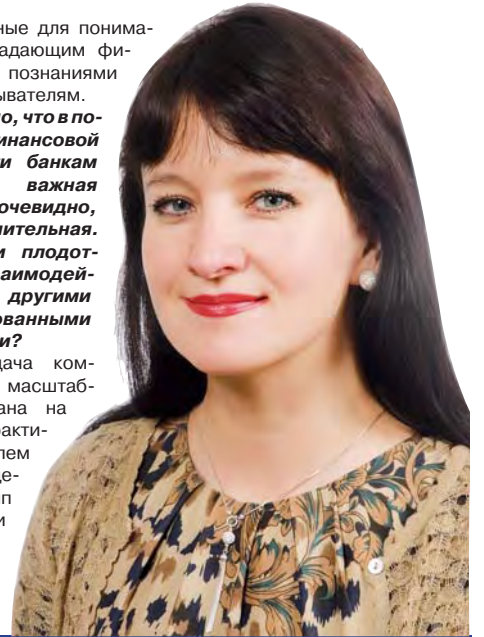
С его руководителем Юлией САКОВИЧ мы поговорили о том, как сухие строки планов наполнить живым содержанием, обсудили первые успехи и маленькие банковские хитрости на многотрудной образовательной стезе...

между потребителями финансовых продуктов, услуг и их поставщиками очень высок. Даже сравнительно простые финансовые продукты чаще всего оказываются сложными для граждан, у которых отсутствуют элементарные основы финансовой грамотности. Не-

сти, доступные для понимания не обладающим финансовыми познаниями простым обывателям.

– Понятно, что в повышении финансовой грамотности банкам отводится важная роль, но, очевидно, не исключительная. Удастся ли плодотворно взаимодействовать с другими заинтересованными структурами?

– Задача комплексная, масштабная, основана на анализе практических проблем различных целевых групп населения и охватывает самый широкий круг граждан.



Поэтому в реализацию Плана совместных действий по финансовой грамотности неслучайно вовлечено более 50 участников – Национальный банк, министерства, Национальная академия наук, местные органы власти, учреждения образования, ассоциации, СМИ, Белорусский республиканский союз молодежи и т.д.

Содействие оказывают Международной валютный фонд, Всемирный банк, Альянс за финансовую доступность, иностранные компании Visa, MasterCard, Alpari.

Каждый из участников Плана совместных действий обеспечивает реализацию соответствующих мероприятий в рамках своих полномочий через соответствующие ведомственные и отраслевые программы. Это, с одной стороны, позволяет вовлечь большой процент населения в различные образовательные проекты, а с другой – вести целенаправленную работу в рамках принятой стратегии.

– Поступают ли в Национальный банк какие-то предложения от заинтересованных организаций и граждан о том, как сделать эту работу более интересной и эффективной? Реализуются ли они на практике?

– Поступает много интересных предложений. Приведу несколько примеров.

Год назад к нам обратилось ООО "Игрика", которое является разработчиком и издателем настольных финансово-экономических игр, а также организатором игровых и образовательных программ. Представленные образовательные программы и игровые методики обучения

для молодежи получили высокую оценку членов комитета по повышению финансовой грамотности. Представители фирмы провели бесплатные образовательные, игровые тренинги по повышению финансовой грамотности детей и юношества на базе детских оздоровительных лагерей и детских домов.

В настоящее время ООО "Игрика" является участником Плана совместных действий, активно работает в данном направлении. За первое полугодие 2013 года обучено порядка 900 человек.

Еще один пример, в части международного сотрудничества, – это реализация поступившей в Национальный банк в 2013 году инициативы некоммерческой Международной организации финансового образования детей и молодежи (CYFI) по празднованию Международного дня финансов детей. Банки активно поддержали эту идею и организовали различные мероприятия и акции, направленные на повышение уровня финансовой грамотности молодого поколения. Например, в эти дни Белагропромбанк провел вручение банковских платежных карточек участникам детского телеконкурса "Я пою!".

В деле повышения финансовой грамотности населения, как в любом образовательном процессе, важны и накопленный опыт, и нестандартные подходы, и смелые идеи. Главное – не превращать живое дело в рутину, для «галочки». Результат, пусть не такой быстрый, как кому-то хотелось бы, будет обязательно!

– Спасибо за беседу!

Беседовал Игорь ГОНЧАРУК, @