

Национальная академия наук Беларуси

Государственное научное учреждение «Институт социологии НАН Беларуси»

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. директора

\_\_\_\_\_ Г.П. Коршунов

15 августа 2018 г.

М.П.

### ОТЧЕТ

о выполнении научно-исследовательской работы

по теме: **«Развитие деятельности по повышению финансовой грамотности населения в Республике Беларусь: анализ и перспективы»**

договор с Потребительским кооперативом «Республиканский микрофинансовый центр»  
№1 в/н от 1 марта 2018 г.

Руководитель НИР  
кандидат социологических наук

\_\_\_\_\_ С.Н. Кройтор  
15 августа 2018 г.

Минск – 2018



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке  
USAID

## СОДЕРЖАНИЕ

## ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. Анализ исследований по финансовой грамотности и доступу к финансам, проведенных при участии Национального банка Республики Беларусь в 2012–2016 годах	3
1.1. Место Беларуси в области финансовой грамотности среди других стран	3
1.2. Финансовая грамотность населения Беларуси: состояние и тенденции изменения	5
1.3. Финансовая грамотность населения Беларуси в разрезе социально-демографических групп: состояние и тенденции изменения	11
ГЛАВА 2. Анализ реализованных мероприятий по повышению финансовой грамотности населения	71
ГЛАВА 3. Рекомендации по приоритетным направлениям государственной политики в области повышения финансовой грамотности населения на 2019–2024 годы. Целевые индикаторы оценки эффективности данной деятельности	112



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## ГЛАВА 1.

**АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И ДОСТУПУ К ФИНАНСАМ, ПРОВЕДЕННЫХ ПРИ УЧАСТИИ НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В 2012–2016 ГОДАХ**

Данное исследование проведено в рамках Проекта «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемого Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при финансовой поддержке USAID (United States Agency for International Development).

**1.1. Место Беларуси в области финансовой грамотности среди других стран.**

Для понимания положения Республики Беларусь в отношении финансовой грамотности населения среди других стран мы будем опираться на результаты международного исследования ОЭСР/INFE «О компетенциях взрослого населения в области финансовой грамотности». В данном исследовании приняли участие 30 стран и территорий, включая 17 стран-членов ОЭСР (Албания, Австрия, Беларусь, Бельгия, Бразилия, (Британские) Виргинские Острова, Канада, Хорватия, Чешская республика, Эстония, Финляндия, Франция, Грузия, Гонконг (КНР), Венгрия, Иордания, Корея, Латвия, Литва, Малайзия, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Польша, Португалия, Российская Федерация, ЮАР, Таиланд, Турция и Великобритания). Сбор первичных данных в указанных странах был проведен в период с 2014 по 2016 годы, суммарно было опрошено 51 650 человек взрослого населения в возрасте от 18 до 79 лет. В качестве инструментария опроса использовался один и тот же набор основных вопросов, переведенных на национальные языки. Для измерения и сопоставления ситуации, сложившейся в сфере финансовой грамотности стран-участников исследовательского проекта, использовалась методика ОЭСР/INFE. Методический инструментарий состоял из вопросника и методических рекомендаций о выборе объектов опроса и подготовке опрашиваемых к выполняемой задаче, а также включал дополнительные вопросы, которые могли быть использованы для расширения национальных массивов данных. Инструментарий позволил собрать сопоставимую информацию о финансовом знании, поведении и отношении к финансам, а также о выборе финансовых продуктов. **Оценка базовых финансовых знаний** рассчитывалась как количество правильных ответов на тестовые вопросы по финансовой грамотности (уровень инфляции, определение инфляции, простой и сложный процент по вкладам, процент по займу, риск и возврат, диверсификация). **Оценка финансового поведения** рассчитывалась как сумма числа «финансово разумных» поведенческих факторов в таких его аспектах, как ответственность и наличие семейного бюджета, активные сбережения, продуманные покупки, своевременная оплата счетов, контроль финансовых вопросов, долгосрочное планирование финансовых целей, выбор финансовых продуктов и заем средств, чтобы «свести концы с концами». Уровень финансового отношения определялся на основе анализа ответов на три вопроса, показывающих отношение к деньгам и планированию на



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

будущее. **Оценка отношения к финансам** вычислялась как сумма значений для трех ответов, разделенная на три. **Общая оценка финансовой грамотности** рассчитывалась путем суммирования оценок финансовых знаний, финансового поведения и отношения к финансам на уровне респондента.

Среди стран, участвовавших в исследовании, Беларусь по **общему уровню финансовой грамотности** (суммарное значение оценок знания, отношения и поведения) занимает предпоследнее место и опережает только Польшу. Суммарная оценка Беларуси по данному показателю – 11,7. Странами-лидерами по уровню финансовой грамотности являются Франция (14,9), Финляндия (14,8), Норвегия (14,6) и Канада (14,6). При этом особенно проблемными для нашей страны являются вопросы отношения к финансам (средняя оценка 2,9).

**Финансовые знания.** В целом, финансовые знания населения нашей страны находятся на низком уровне (средняя оценка 3,8). Более низкие оценки были получены только в Малайзии (3,6) и в Виргинских островах (3,6). Наиболее сложными вопросами для населения Беларуси, как и для большинства жителей стран-участниц исследования, стали вопросы о величине простого и сложного процентов. Однако для нашей страны процент ответивших правильно на вопрос о величине простого процента оказался одним из самых низких (28% при среднем значении 58% для всех стран и 65% для стран ОЭСР), о величине сложного процента – самый низкий по сравнению с другими государствами (7% при среднем значении 42% для всех стран и 48% для стран ОЭСР). Правильно ответить на все 7 вопросов о базовых финансовых знаниях смогли менее 5% взрослого населения РБ, на 6 вопросов – 10%, доли опрошенных, давших правильные ответы на 4 и 5 вопросов из 7, практически одинаковы – примерно по 30% в каждой из групп. Картина распределения оценок финансовых знаний для нашей страны схожа с такими странами, как Албания, Виргинские острова, Малайзия, ЮАР, Таиланд. Минимальную целевую оценку (5 и выше правильных ответов) финансовых знаний в Беларуси получили 38% респондентов, т.е. как минимум 3 жителя из десяти могут правильно ответить на 70% вопросов о базовых финансовых знаниях. Наша страна по данному показателю находится внизу рейтинга стран-участниц опроса и опережает только Виргинские острова, Малайзию и ЮАР.

**Финансовое поведение.** По этому параметру ситуация выглядит более оптимистичной, чем по уровню знаний в области финансов, о котором шла речь выше. Так, по финансовому поведению Беларусь находится ниже середины в общем рейтинге стран-участниц исследования (средняя оценка 5,0 и 22 место). При этом в способах и моделях финансового поведения населения нашей страны можно отметить ряд положительных моментов. Это выражается, например, в том, что люди активно управляют собственным бюджетом – 86% взрослого населения отвечают за ежедневное принятие финансовых решений в семьях (при среднем значении 88% для всех стран-участниц исследования и 91% для стран ОЭСР). А показатель ведения семейного бюджета для нашей страны выше, чем средняя величина для стран-участниц опроса и стран ОЭСР (77% по сравнению с 60% и 57% соответственно). В вопросах продумывания покупок, оплаты счетов, контроля над личными финансовыми вопросами Беларусь показала неплохие



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

результаты, которые находятся на уровне или выше средних показателей стран-участниц исследования и стран ОЭСР. В то же время, только каждый второй белорус активно формирует сбережения, и здесь наша страна уступает целому ряду стран (23-е место в рейтинге). Для Беларуси, наряду с такими странами как Таиланд, Грузия, Албания и Турция, актуальным является вопрос нехватки средств – более половины населения столкнулись с данной проблемой. При этом не менее четырех респондентов из десяти в указанных странах прибегали к займу, чтобы свести концы с концами. Это говорит о том, что многие люди в этих странах не имеют сбережений «на черный день», чтобы справиться с подобными обстоятельствами, либо что они уже истратили свои сбережения при предыдущей нехватке средств или непредвиденной ситуации. Для Беларуси, как и для большинства стран-участниц проекта, актуальным и проблемным является вопрос перспективного планирования – только чуть более половины белорусов (53%) имеют долгосрочные финансовые цели и стремятся их достичь. В 15 участвовавших странах этот показатель меньше половины, при этом самый высокий процент отмечен в Виргинских Островах (72%) и в Австрии (65%). Также проблемной точкой в финансовом поведении для Беларуси, как и для других стран, является взвешенный, осмысленный выбор финансовых продуктов и вопрос того, на какие источники информации опираются люди, когда принимают такие решения. Среди жителей нашей страны, за последние 2 года делавших выбор финансового продукта, только 14% предприняли попытку изучения рынка (в других странах этот показатель также невысок и не достигает 50%), к независимым источникам получения информации о финансовых инструментах обратились лишь 6% (в других странах этот показатель колеблется от 4% в Финляндии до 24% в Бельгии).

**Отношение к финансам.** Средняя оценка отношения к финансам для нашей страны составляет 2,9. По данному показателю Беларусь находится приблизительно на одном уровне с такими странами, как Гонконг, Латвия, Таиланд, Грузия, Россия, Хорватия, Польша. Доля респондентов, для которых средняя оценка отношения превысила значение 3, для нашей страны составила около 40%, т.е. менее 4 человек из 10 руководствуются моделью финансового поведения с опорой на долгосрочное планирование. Этот показатель ниже только для Иордании, Гонконга, Польши и Грузии (менее 3-х человек из десяти).

**Охват финансовыми услугами.** Ситуация в сфере пользования финансовыми продуктами в Беларуси очень схожа с тем, как положение дел обстоит в России и выглядит следующим образом. Как и в большинстве стран-участниц исследования, в нашем государстве наиболее распространены платежные продукты. Далее по уровню распространенности среди населения следуют кредитные, затем вкладовые и – на последнем месте – страховые продукты. В Беларуси, как и во всех странах-участницах опроса, большинство людей осведомлено как минимум о пяти различных видах продуктов, представленных на финансовых рынках страны. А вот в вопросе выбора финансового продукта за последние два года потребители в нашей стране не были активны – такой выбор делало менее половины респондентов. Аналогичная ситуация



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

имеет место в таких странах, как Польша, Эстония, Хорватия, Чехия, Австрия, Нидерланды и Венгрия.

## **1.2. Финансовая грамотность населения Беларуси: состояние и тенденции изменения.**

Анализ состояния и тенденций в сфере финансовой грамотности населения Беларуси в целом, а также в разрезе социально-демографических групп, основан на результатах нижеперечисленных исследований, проведенных Национальным банком Республики Беларусь в рамках проектов с Альянсом за финансовую доступность: «Оценка и анализ доступа населения (физических лиц) к финансовым ресурсам в Республике Беларусь» (2012); «Анализ и оценка спроса на финансовые услуги со стороны населения в Республике Беларусь» (2013); «Оценка и анализ доступа населения к финансам в Республике Беларусь» (2015); «Анализ и оценка спроса на финансовые услуги со стороны населения в Республике Беларусь» (2016); «Финансовая грамотность населения Республики Беларусь: факты и выводы» (2016).

Указанные массивы данных, полученные за исследовательский период 2012–2016 годы, позволяют сделать ряд выводов относительно текущего уровня финансовой грамотности населения нашей страны и актуальных тенденций ее изменения.

В целом для Беларуси характерен относительно невысокий уровень финансовой грамотности населения. В рамках одного из исследований для изучения уровня знаний в области финансовой осведомленности респондентам было предложено ответить на 14 вопросов, связанных: 1) с финансовой терминологией; 2) с финансовыми продуктами и услугами; 3) с ответственностью финансовых учреждений перед своими клиентами и 4) с механизмами защиты прав потребителей.

Согласно данным 2016 года, неудовлетворительный уровень финансовых знаний и умений показало свыше 44% опрошенных (правильно ответили на 4–6 вопросов из 14), а тех, у кого эти знания и навыки отсутствуют, оказалось около 20% от общего числа белорусов, принявших участие в опросе (дали 3 и менее правильных ответов). Уровень знаний практически каждого пятого респондента можно определить как удовлетворительный (7–8 правильных ответов). Хороший уровень финансовой грамотности продемонстрировали 12,6% (9–11 верных ответов). Справиться с вопросами теста на «отлично» (12–14 верных ответов из 14) удалось лишь 1,2% опрошенных.

Для оценки уровня знаний в области финансов опрошенным предлагалось ответить на 7 тестовых вопросов, касающихся простого и сложного процента по вкладам, инфляции, покупательной способности, скидок, кредита и дохода по облигации. От респондента требовалось сделать определённые вычисления и выбрать один из предложенных вариантов ответа.

Результаты теста, проведенного в 2016 году, позволяют охарактеризовать уровень знаний белорусов по финансовой математике как удовлетворительный. При этом у 11,5% респондентов знания в области финансовой математики практически либо полностью отсутствуют: они смогли справиться максимум с одним вопросом теста.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Неудовлетворительный уровень финансовой грамотности зафиксирован у 29,2% опрошенных (2–3 правильных ответа на тестовые вопросы). Примерно каждый пятый респондент имеет удовлетворительный уровень знаний (4 правильных ответа из 7). Треть респондентов хорошо ориентируется в вопросах финансовой математики (5–6 правильных ответов). Верно ответить на все 7 вопросов теста смогли всего 3,3% опрошенных.

Итак, на данный момент мы должны признать, что актуальный уровень владения финансовыми вопросами среди белорусов довольно низок.

Вместе с тем, анализ ситуации в динамике позволяет сделать вывод о том, что за последние 5 лет (период, в течение которого проводилась активная работа по реализации первого для страны Плана совместных действий по повышению финансовой грамотности населения) сложилась тенденция к постепенному и устойчивому повышению финансовой грамотности и осведомленности белорусов. Так, число респондентов, владеющих вопросами финансовой математики на хорошем уровне, в 2016 году по сравнению с 2013 годом возросло вдвое. Наблюдается уменьшение доли респондентов, у которых полностью отсутствуют знания и умения (с 17,8% в 2013 году до 11,5% в 2016), а также снижение доли респондентов, имеющих неудовлетворительный уровень финансовой грамотности (с 40,1% в 2013 году до 29,2% в 2016). Сравнение ответов респондентов на вопросы теста по финансовой осведомленности по результатам исследований 2013 и 2016 годов показало, что в 2016 году опрошенные справились с тестом немного лучше. Это произошло за счет сокращения доли респондентов, у которых знания и навыки в области финансов отсутствуют и их перехода в группу опрошенных, уровень владения финансовыми инструментами которых можно охарактеризовать как неудовлетворительный.

Следует отметить, что большинство белорусов относительно невысоко оценивает собственный уровень владения финансовыми вопросами, наблюдается существенный перевес негативных и нейтральных самооценок финансовой грамотности над позитивными. Однако для жителей страны все же характерна завышенная оценка собственных знаний и умений в области финансов. Как правило, респонденты выше оценивали свой уровень владения финансовыми вопросами по сравнению с тем, насколько они на деле были способны ориентироваться в финансовых вопросах. Так, около 70% опрошенных охарактеризовали свой уровень финансовой грамотности как «удовлетворительный», «хороший» либо «отличный», в то время как в реальности таких оказалось намного меньше: около 60% согласно тесту по финансовой математике и примерно 36% по тесту на финансовую осведомленность. Чуть более половины опрошенных оценивают уровень своей финансовой грамотности как удовлетворительный. Каждый пятый респондент охарактеризовал свой уровень владения финансовыми вопросами как неудовлетворительный. Финансово неграмотными признают себя 7,2% опрошенных, отмечая у себя отсутствие каких-либо знаний и умений в области финансов. И только 18,3% опрошенных ответили, что ориентируются в финансовых вопросах хорошо (16,3%) либо отлично (2%).

Следует отметить, что вместе с ростом объективных оценок уровня владения финансовыми вопросами за последние несколько лет произошло и повышение



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

субъективных оценок населением своего уровня владения финансовыми вопросами. Так, в 2016 году наблюдалось снижение числа респондентов, оценивающих уровень своей финансовой грамотности как неудовлетворительный (с 26,3% в 2013 году до 19,7% в 2016) и увеличение за счет этой группы числа тех, кто определяет уровень своей финансовой грамотности как удовлетворительный (с 45% до 50,9%).

Согласно полученным данным, хуже всего белорусы ориентируются в вопросах о доходе по облигации (менее 10% правильных ответов), о гарантии вкладов в кредитные союзы, а также гарантии инвестиций и банковских вкладов (около четверти опрошенных ответили верно). Отдельного внимания заслуживает тот факт, что более трети опрошенных довольно слабо осведомлены о различиях между кредитной и дебетовой платежными картами (37,3% правильных ответов), несмотря на то, что эти виды финансовых услуг достаточно широко распространены среди белорусского населения.

В наибольшей степени белорусы заинтересованы в получении информации, касающейся законодательной системы защиты прав потребителей финансовых услуг и порядка действий в случае нарушения прав, а также информации, на которую необходимо обращать внимание во время подписания договора с банком или финансовой компанией. В расширении своих знаний по каждой из этих тем заинтересовано более чем 25% опрошенных. Примерно каждый шестой опрошенный хотел бы научиться уверенно планировать покупки товаров длительного пользования, больше узнать о банковских услугах, об источниках информации о финансовых услугах. Каждый седьмой опрошенный заинтересован в получении дополнительной информации о кредитах, работе пенсионной системы и методах обеспечения доходов в пожилом возрасте.

В рамках исследований 2012–2016 годов довольно подробно изучались особенности финансового поведения белорусского населения. Большинство населения страны не считает важным ведение подробного учета своих доходов и трат, хотя многие в целом ориентируются в том, сколько зарабатывают и тратят (около 70% опрошенных). Детальную запись доходов и трат ведут только 6,6% белорусов, 12,3% опрошенных ведут несистемный учет своих доходов и трат.

Характеризуя подход респондентов к распоряжению семейным доходом, следует отметить, что почти 3/4 опрошенных (64,2%) имеет желание и возможность сберегать денежные средства. Большая часть из них (43,4% от общего числа опрошенных) придерживается стратегии «остаточного сбережения», откладывая денежные средства, остающиеся после совершения всех необходимых трат на ежедневные нужды. Для остальных (почти 20% от общего числа респондентов, принявших участие в опросе) наличие сбережений является приоритетным, и они тратят на удовлетворение повседневных потребностей ту часть семейного бюджета, которая остается после того, как некоторая сумма отложена на сбережения. Доля респондентов, которые расходуют все средства на текущие нужды и ничего не откладывают на сбережения, составила почти 34%. Сравнительный анализ данных показал, что поведенческие стратегии, реализуемые белорусами при управлении повседневными доходами домохозяйств, за последние годы остались практически неизменными.

Ведущим мотивом сберегательного поведения для почти двух третей опрошенных



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

является накопление денег на «черный день», на случай непредвиденных расходов, причем значение этого показателя по сравнению с 2013 годом возросло на 7,1 п.п. Около трети из тех, кто имеет возможность и желание откладывать денежные средства, делает накопления для улучшения своей жизни в будущем; чуть больше 17% – для того, чтобы быть финансово независимыми либо с целью оставить что-то в наследство своим детям. Для получения дополнительных доходов в виде процентов по вкладам, прироста стоимости акций, облигаций свои сбережения используют чуть более 7% опрошенных. Незначительное число респондентов делает сбережения с целью обеспечения жизни на пенсии (2,9%) либо придерживается принципа «лучше экономить, чем тратить» (1,6%), либо для игры на фондовом рынке (0,3%).

В качестве основной причины, не позволяющей сберегать деньги, большинство респондентов (82,2%) отметило невысокий уровень дохода. По сравнению с 2013 годом число белорусов, которые не в состоянии делать накопления из-за низких доходов, увеличилось почти на 17 п.п. Определенный оптимизм вызывает тот факт, что доля опрошенных, отказывающихся делать денежные накопления по причине недоверия финансовым институтам, по сравнению с 2013 годом снизилась на 6 п.п.

Согласно полученным данным, более половины белорусов, у которых остаются неистраченные деньги, предпочитают хранить их в наличной форме. Примерно каждый второй тратит сэкономленные средства на потребительские товары. Около 12% респондентов размещают деньги на банковский вклад и/или не снимают со счета. Реже всего респонденты приобретают на неистраченные деньги ценные бумаги, вкладывают в собственный бизнес, покупают золото, драгоценности – таких оказалось менее 3%. Динамику данного показателя по сравнению с 2013 годом нельзя назвать существенной. За последние 3 года модели управления неистраченными доходами домохозяйств остались практически неизменными, и белорусы, по-прежнему, предпочитают хранить их у себя дома или потратить эти средства на товары, нежели вкладывать и приумножать, пользуясь имеющимися на рынке страны финансовыми инструментами.

Более трети опрошенных не отслеживают изменения на финансовых рынках. Около четверти респондентов регулярно интересуется изменением уровня инфляции и изменением размеров пенсий, социальных выплат и налоговых льгот. Информация, касающаяся изменений процентных ставок по вкладам и изменений на рынке недвижимости, востребована среди почти 20% респондентов. Колебаниями цен на нефть, золото, драгоценные металлы интересуется примерно каждый пятый опрошенный, и по сравнению с 2013 годом доля граждан, отслеживающих изменения в этом сегменте финансового рынка, возросла более чем в два раза. За изменениями на рынке недвижимости следят чуть более 15% опрошенных. Динамика процентных ставок по вкладам и кредитам является объектом интереса примерно для каждого восьмого белоруса. Примечательно, что интерес населения к изменениям ставок по вкладам и кредитам за несколько последних лет довольно заметно снизился (соответственно на 6,1 п.п. и 10,2 п.п.).

Об изменениях на финансовых рынках респонденты чаще всего узнают из специализированных интернет-ресурсов – таких оказалось более 55%, что примерно на 15



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

п.п. больше, чем в 2013 году. Около 46% получают эту информацию из специализированных газет и журналов. Около 40% опрошенных информацию о динамике процессов, протекающих на финансовых рынках, узнают от друзей и знакомых, около 30% – из рекламы, четверть – от сотрудников банков, страховых компаний и иных финансовых организаций.

Результаты исследований свидетельствуют о том, что Беларусь характеризуется относительно низкой степенью распространенности финансовых услуг. Большинство граждан пользуется лишь базовыми финансовыми инструментами. По данным 2016 года, наиболее популярной среди белорусов финансовой услугой является оплата коммунальных платежей: почти 97% респондентов регулярно оплачивают счета за коммунальные услуги. В группу наиболее востребованных среди жителей РБ финансовых услуг вошли также текущий банковский счет (этой услугой пользуются свыше 85% опрошенных), обмен валют (почти 65% респондентов), платежи через платежные терминалы (практически 2/3 респондентов) и мобильный банкинг (около 44% опрошенных). Перечень наиболее популярных среди белорусов финансовых услуг за исследуемый период существенно не изменился. Обращает на себя внимание тот факт, что востребованность среди населения практически всех указанных услуг за последние 5 лет возросла. Наибольший прирост пользователей зафиксирован по такому финансовому инструменту, как текущий банковский счет: число его пользователей возросло примерно вдвое (с 40,6% до 86,5%). Вероятно, столь существенный прирост объясняется не только реальным увеличением числа пользователей данной услуги, но и повышением за указанный период уровня финансовой грамотности населения, позволяющего гражданам идентифицировать текущий счет как таковой.

Наиболее часто белорусы используют счета для получения заработной платы и оплаты счетов, также граждан привлекает возможность безопасного хранения средств на банковском счете и то, что при наличии счета обращаться с наличными деньгами становится удобнее. При сохранении общей структуры мотивов за последние годы наблюдаются довольно заметные изменения в соотношении их между собой. Так, доля опрошенных, использующих счет в банке для оплаты счетов, возросла втрое, в то время как для безопасного хранения денег респонденты стали использовать свои счета почти вдвое реже. Это обстоятельство может свидетельствовать о том, что белорусы стали активнее пользоваться своими счетами, осваивая новые операции, доступные для пользователей данного вида финансовых услуг.

На втором месте по приросту числа пользователей находятся оплата коммунальных платежей и осуществление платежей через платежные терминалы. Так, число респондентов, использующих эти услуги, увеличилось соответственно на 13,2 п.п. и 13,3 п.п.

Услугой обмена валют в 2016 году стало пользоваться на 5,7% больше белорусов, чем в 2013 году. Услугой интернет-банка пользуется почти 37% респондентов, имеющих счет в банке, что примерно в 3,5 раза больше, чем в 2012 году.

Доля пользователей услуги «Мобильный банк» в 2016 году составила около 23% от числа опрошенных, имеющих личный счет в банке. По сравнению с 2012 годом



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

наблюдается прирост данного показателя на 9,4 п.п.

При возникновении потребности в наличных деньгах почти 2/3 опрошенных снимают средства в банкоматах, примерно каждый пятый обращается в почтовое отделение, 8,4% чаще всего получают наличные деньги в отделениях банков. По сравнению с 2012 годом доля опрошенных, пользующихся банкоматами для снятия наличных денег, возросла почти на 9 п.п.

Единственной услугой, которой белорусы за последние несколько лет стали пользоваться реже, является кредит: число пользователей данной услуги за исследуемый период сократилось на 8,5%. Кроме того, за это время имело место довольно заметное перераспределение долей рынка по видам кредитов. Оно произошло за счет снижения востребованности потребительских кредитов и роста популярности среди белорусов кредита на покупку товара с рассрочкой платежа.

В качестве причин, побуждающих к отказу от использования услуг кредитования, респонденты чаще всего называли слишком высокие ставки по кредитам (45,7%), нежелание никому быть должными (36,8%) и нехватку денег для выплаты кредитных обязательств (28,0%). Доля респондентов, указавших на первые две из этих причин, по сравнению с 2012 годом заметно возросла. Так, доля лиц, отказавшихся пользоваться кредитами из-за слишком высоких ставок, в 2016 году повысилась почти на 20 п.п., а число респондентов, для которых нежелание быть должным стало основной причиной отказа от принятия на себя кредитных обязательств, увеличилась примерно на 17 п.п.

Белорусы не являются активными пользователями сберегательных услуг: только 11,0% опрошенных хранят свои сбережения в финансовых учреждениях. В 2016 году этот показатель снизился по сравнению с 2012 годом на 7 п.п.

### **1.3 Финансовая грамотность населения Беларуси в разрезе социально-демографических групп: состояние и тенденции изменения.**

#### **Возраст**

Состояние и динамика финансовой грамотности и финансового поведения населения РБ характеризуется определенной возрастной спецификой. В рамках данного раздела мы рассмотрим состояние и динамику основных показателей финансовой грамотности и финансового поведения за последние несколько лет для каждой возрастной группы (Таблица 1).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 1. Динамика основных показателей финансовой грамотности и финансового поведения для разных возрастных групп

	Наименование показателя	Год	Возрастные группы									
			16-25		26-35		36-45		46-65		66 +	
			значение	изменение	значение	изменение	значение	изменение	значение	изменение	значение	изменение
<i>Финансовая грамотность и осведомленность</i>												
1.	Доля лиц, справившихся с тестом по финансовой математике на хорошем и отличном уровне	2013	14,9%	↑25,6 п.п.	23,9%	↑18,7 п.п.	18,1%	↑19,1 п.п.	15,4%	↑19,8 п.п.	8,5%	↑12,3 п.п.
		2016	40,5%		42,6%		37,2%		35,2%		20,8%	
2.	Доля лиц, справившихся с тестом по финансовой осведомленности на хорошем и отличном уровне	2013	9,0%	↑ 2,8 п.п.	22,0%	↓2,4 п.п.	20,2%	↓4,8 п.п.	12,7%	↑1,8 п.п.	5,5%	↓ 0,3 п.п.
		2016	11,8%		17,8%		15,4%		14,5%		5,2%	
3.	Доля лиц, оценивающих свой уровень финансовой грамотности как «хороший» и «отличный»	2013	15,3%	↑ 5,6 п.п.	23,0%	↑6,7 п.п.	16,4%	↑3,8 п.п.	11,7%	↑ 0,9 п.п.	6,1%	↑ 2,6 п.п.
		2016	20,9%		29,7%		20,2%		12,6%		8,7%	
<i>Пользование банковскими счетами</i>												
4.	Доля лиц, имеющих личный счет в банке	2012	62,3%	↓0,1 п.п.	84,4%	↑5,5 п.п.	84,8%	↑5,1 п.п.	73,8%	↑6,7 п.п.	27,4%	↑6,5 п.п.
		2016	63,2%		89,9%		89,9%		80,5%		33,9%	
<i>Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания</i>												
5.	Доля лиц, использующих дебетовую карту	2012	95,0%	↑2,5 п.п.	94,9%	↑2,2 п.п.	91,1%	↑5,6 п.п.	86,0%	↑4,2 п.п.	36,0%	↑8,1 п.п.
		2016	97,5%		97,1%		96,7%		90,2%		44,1%	
6.	Доля лиц, использующих интернет-банк	2012	17,7%	↑36,2 п.п.	13,6%	↑28,5 п.п.	12,6%	↑45,3 п.п.	6,8%	↑16,6 п.п.	2,2%	↑2,4 п.п.
		2016	53,9%		42,1%		57,9%		23,4%		4,6%	
<i>Продолжение Таблицы 1 – на следующей странице</i>												

7.	Доля лиц, использующих мобильный банк	2012	23,6%	↑16,3 п.п.	17,9%	↑18,8 п.п.	14,4%	↑7,4 п.п.	8,2%	↑4,4 п.п.	2,8%	0,0 п.п.
		2016	39,9%		36,7%		21,8%		12,6%		2,8%	
8.	Доля лиц, снимающих деньги в банкомате при необходимости их получения	2012	60,3%	↑0,1 п.п.	74,8%	↑7,6 п.п.	70,1%	↑12,9 п.п.	53,6%	↑12,4 п.п.	6,4%	↑4,7 п.п.
		2016	60,4%		82,4%		83,0%		66,0%		11,1%	
9.	Доля лиц, совершающих интернет-платежи раз в месяц и чаще	2012	12,2%	↑17,9 п.п.	11,8%	↑25,1 п.п.	9,2%	↑19,1 п.п.	4,5%	↑9,8 п.п.	0,8%	↑1,0 п.п.
		2016	30,1%		36,9%		28,3%		14,3%		1,8%	
10.	Доля лиц, совершающих платежи с использованием мобильного телефона раз в месяц и чаще	2012	19,1%	↑2,2 п.п.	18,3%	↑7,1 п.п.	12,5%	↓1,5 п.п.	6,4%	↑0,7 п.п.	1,4%	↓0,8 п.п.
		2016	21,3%		25,4%		14,0%		7,1%		0,6%	
11.	Доля лиц, осуществляющих оплату товаров и услуг с использованием банковской карты	2012	28,4%	↑9,0 п.п.	40,5%	↑14,1 п.п.	35,6%	↑15,2 п.п.	24,7%	↑12,6 п.п.	4,0%	↑26,5 п.п.
		2016	37,4%		54,6%		50,8%		37,3%		30,5%	
<i>Пользование кредитами</i>												
12.	Доля лиц, пользующихся услугами кредитования	2012	13,5%	↑1,9 п.п.	28,8%	↑5,6 п.п.	25,9%	↑5,2 п.п.	18,8%	↑5,9 п.п.	1,9%	↑2,4 п.п.
		2016	15,4%		34,4%		31,1%		24,7%		4,3%	
13.	Доля лиц, имеющих кредитную карту	2012	4,8%	↓1,2 п.п.	13,5%	↓3,8 п.п.	12,8%	↓2,5 п.п.	9,1%	↑4,7 п.п.	0,6%	↑14,0 п.п.
		2016	3,6%		9,7%		10,3%		13,8%		14,6%	
14.	Доля лиц, использующих овердрафт	2012	9,7%	↓4,5 п.п.	13,9%	↓5,0 п.п.	14,1%	↓5,3 п.п.	11,8%	↓4,5 п.п.	3,2%	↓1,7 п.п.
		2016	5,2%		8,9%		8,8%		7,3%		1,5%	
<i>Продолжение Таблицы 1 – на следующей странице</i>												



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

<i>Сбережения</i>												
15.	Доля лиц, хранящих сбережения, накопления в финансовых учреждениях	2012	10,2%	↓ 6,6 п.п.	17,7%	↓ 8,0 п.п.	20,4%	↓ 10,1 п.п.	20,9%	↓ 7,1 п.п.	16,9%	↓ 2,3 п.п.
		2016	3,6%		9,7%		10,3%		13,8%		14,6%	
<i>Страхование</i>												
16.	Доля лиц, пользующихся услугами страхования	2012	32,9%	↑ 0,5 п.п.	57,0%	↑ 3,9 п.п.	60,7%	↑ 4,0 п.п.	59,8%	↓ 0,6 п.п.	54,0%	↓ 3,1 п.п.
		2016	33,4%		60,9%		64,7%		59,2%		50,9%	

- за исследуемый период наблюдался рост значений указанного показателя
- за исследуемый период наблюдалось снижение значений указанного показателя
- за исследуемый период значение указанного показателя не изменилось или изменилось менее чем на 2%



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## Общий портрет представителей возрастной группы 16–25 лет

### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди представителей данной возрастной группы довольно высок: свыше 40% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем либо отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация заметно хуже: хороший и отличный уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали около 12% опрошенных.

В период с 2013 по 2016 годы произошел рост обоих показателей, однако величина изменений была различной: если прирост числа респондентов, хорошо либо отлично справившихся с тестом по финансовой математике, увеличился на 25,6 п.п., то увеличение данного показателя для теста по финансовой осведомленности составило всего 2,8 п.п.

Респонденты этой группы недооценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» или «отличный», составляет около 21%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов повысилась на 5,6 п.п.

### Потребность в информации, касающейся финансов

Перечень финансовых продуктов, о которых респонденты этой группы хотели бы узнать больше, возглавляют кредит на строительство, покупку жилья (37,0%), потребительский кредит (20,1%) и вкладной счет (16,5%).

Что касается тем, которые респондентам было бы интересно изучать, то наиболее популярными среди них являются законодательная система защиты прав потребителей (31,9%), информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (29,5%), покупка товаров длительного пользования (26,4%), а также источники информации о финансовых услугах (26,4%).

### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

Выбирая финансовую услугу, молодые люди чаще всего обращаются за информацией в интернет (62,2%), к друзьям и знакомым (42,9%), к соответствующим информационным материалам финансовых учреждений (20,9%) или узнают об интересующих их финансовых продуктах из рекламы (19,7%).

### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года почти 2/3 респондентов этой возрастной группы имело счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке для представителей данной возрастной группы относятся получение заработной платы и оплата счетов. Наиболее распространенные мотивы отказа от использования личного счета в банке – наличие счета у других членов семьи (46%) и отсутствие средств (39,1%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов осталась практически неизменной. За указанный период молодые люди стали чаще использовать



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

банковские счета для оплаты счетов: если в 2012 году таких было 10,9% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году их стало уже 35,8%.

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 97,5% опрошенных, услугами интернет-банка – 53,9%, мобильным банком – 39,9%.

Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 2,5 п.п. Услугой интернет-банка опрошенные стали пользоваться почти втрое чаще (величина прироста составила 36,2 п.п.). Мобильный банк стал в 1,7 раза более востребован среди представителей указанной возрастной группы (прирост равен 16,3 п.п.). В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, получают их в банкоматах (60,4%). За указанный период число респондентов, прибегающих именно к этому способу получения наличных средств, не изменилось, и он продолжает оставаться основным для респондентов данной возрастной группы.

31,1% опрошенных совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще, 7,7% – несколько раз в год и реже, 59,4% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 17,9 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 20 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 21,3% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще, 8,7% – несколько раз в год и реже, 69,2% никогда не оплачивают товары либо услуги данным способом. Рост частоты платежей с использованием мобильного телефона тоже имеет место, но существенным его назвать нельзя: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период увеличилась на 2,2 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, снизилась на 5,7 п.п.

Тем не менее, наиболее часто респонденты 16–25 лет оплачивают свои счета наличными деньгами в банке или на почте (соответственно 46,6% и 43,5%), а также перечислением средств с банковской карты (37,4%).

#### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 15,4% опрошенных данной возрастной группы. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют нехваткой денег для выплат по кредитам (34,6%), слишком высокими кредитными ставками (33,6%) и нежеланием никому быть должными (28,9%).

За период с 2012 по 2016 годы охват услугами кредитования не изменился. Доля лиц, отказывающихся от использования кредитов в связи с отсутствием денег для выплаты кредитных обязательств, снизилась почти на 10,2 п.п., а доля граждан, для которых мотивом отказа стало нежелание никому быть должным, возросло на 6,5 п.п.

3,6% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт снизилась незначительно (на 1,2 п.п.).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Овердрафтом пользуются 5,2% опрошенных, за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги сократилась на 4,5 п.п.

### Сбережения

Только 3,6% представителей данной возрастной группы хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (42,9%), попытка избежать нежелательных трат (40,5%) и безопасное хранение денег (38,1%).

Доля молодых людей, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, сократилась почти втрое, величина изменения составила 6,6 п.п. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для безопасного хранения денег и получения доступа к другим услугам и чаще задумываться об использовании счета для получения начислений по вкладам, для накопления денег на крупную покупку или будущие расходы, а также с целью уберечь себя от ненужных и необоснованных трат.

### Страхование

33,4% опрошенных данной возрастной группы пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения молодых людей в страховые компании является желание воспользоваться услугами страхования автомобиля (15,6%) и собственной жизни (13,1%). Большинство пользователей услуги добровольного страхования жизни в качестве основного мотива обращения в данном виде услуг называют потребность в защите (60,6%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (76,1%).

Распространенность услуг страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом практически не изменилась. Среди пользователей услуги добровольного страхования жизни наблюдается повышение популярности основного мотива обращения к данному виду услуг: доля лиц, называющих потребность в защите основной причиной обращения за получением данной услуги, за исследуемый период возросла почти на 10 п.п. Мотивы отказа от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, за указанный период тоже остались практически неизменными.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## Общий портрет представителей возрастной группы 26–35 лет

### Уровень финансовой грамотности

Представители данной группы на достаточно высоком уровне ориентируются в вопросах финансовой математики: почти 43% опрошенных справились с вопросами соответствующего теста на хорошем либо отличном уровне, однако с заданиями теста по финансовой осведомленности они справились заметно хуже: доля лиц, продемонстрировавших хороший либо отличный уровень владения соответствующими темами, по данной группе составила 17,8%.

За исследуемый период опрошенные стали лучше ориентироваться в вопросах финансовой математики (прирост равен 18,7 п.п.) и хуже разбираться в темах, связанных с показателями финансовой осведомленности (сокращение на 2,4 п.п.).

Доля опрошенных, охарактеризовавших свой уровень финансовой грамотности как «хороший» или «отличный», приближается к 30%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов повысилась на 6,7 п.п.

### Потребность в информации, касающейся финансов

Перечень финансовых продуктов, о которых респонденты этой группы хотели бы узнать больше, возглавляют кредит на строительство, покупку жилья (35,0%) и потребительский кредит (27,7%).

Наиболее часто респонденты выражают заинтересованность в получении дополнительной информации по следующим темам: законодательная система защиты прав потребителей (33,0%), информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (29,7%), покупка товаров длительного пользования (19,8%), потребительские кредиты на приобретение товаров (18,8%). Также они испытывают потребность в информации о том, как следует действовать, чтобы исполнение обязательств по кредиту не стало тяжелым бременем (18,5%), и желают расширить свои знания о банковских услугах (16,8%) и источниках информации о них (16,8%).

### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

Выбирая финансовую услугу, молодые люди чаще всего обращаются за информацией в интернет (60,7%), к друзьям и знакомым (47,9%), к соответствующим информационным материалам финансовых учреждений (24,4%) или узнают об интересующих их услугах из рекламы (21,1%).

### Наличие счета в банке

Почти 90% респондентов этой группы имеют счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке относятся получение заработной платы (86,9%) и оплата счетов (41,4%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

банке являются отсутствие средств (35,7%), предпочтение хранить наличные средства дома (24,7%) и наличие счета у других членов семьи (23,4%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов увеличилась на 5,5 п.п. За указанный период молодые люди стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов: если в 2012 году таких было 13,2% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году значение этого показателя составило уже 41,4%.

#### Использование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 97,1% опрошенных, услугами интернет-банка – 42,1%, мобильным банком – 36,7%.

Доля пользователей дебетовых карт за исследуемый период увеличилась на 2,2 п.п. Распространенность использования интернет-банка в данной возрастной группе повысилась втрое, мобильного банка – вдвое (прирост составил соответственно 28,5 п.п. и 18,8 п.п.). В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, получают их в банкоматах (82,4%). За указанный период доля лиц, получающих наличные деньги в банкомате, повысилась на 7,6 п.п.

36,9% опрошенных совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 25,1 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 25,4% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще. Рост частоты платежей с использованием мобильного телефона тоже имеет место, величина прироста составила 7,1 п.п.

Респонденты данной возрастной группы, как правило, оплачивают свои счета наличными деньгами в банке (54,8%) либо перечислением денег с банковской карты (54,6%).

#### Использование кредитами

Услугами кредитования пользуются 34,4% опрошенных. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими ставками по кредитам (56,9%). За период с 2012 по 2016 годы распространенность использования услуг кредитования повысилась на 5,6 п.п.

9,7% опрошенных имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт снизилась на 3,8 п.п.

Овердрафтом пользуются 8,9% опрошенных, за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги сократилась на 5,0 п.п.

#### Сбережения

Примерно каждый десятый респондент в возрасте 26–35 лет доверяет финансовым учреждениям хранение своих сбережений. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (56,5%) и безопасное хранение денег (44,9%).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Доля опрошенных, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, за последние несколько лет сократилась на 8,0 п.п. Произошли некоторые изменения и в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали чаще воспринимать счет как средство приумножения своих средств; доля лиц, которым счет нужен для получения начислений за размещенные во вкладе деньги, за исследуемый период выросла почти вдвое и на данный момент составляет 56,5%.

### Страхование

60,9% опрошенных данной возрастной группы пользуются услугами страхования. Наиболее распространенными среди представителей данной возрастной группы услугами страхового сегмента финансового рынка являются автострахование (42,2%) и страхование имущества (30,7%). Большинство пользователей услуги добровольного страхования жизни в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (59,6%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (68,7%).

Распространенность услуг страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом повысилась на 3,9 п.п. Среди пользователей услуги добровольного страхования жизни наблюдается повышение популярности основного мотива обращения к данному виду услуг: доля лиц, называющих потребность в защите основной причиной обращения за получением данной услуги, за исследуемый период возросла почти на 10 п.п. Мотивы отказа от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, за указанный период тоже остались практически неизменными.

## **Общий портрет представителей возрастной группы 36–45 лет**

### Уровень финансовой грамотности

Представители данной группы достаточно свободно ориентируются в вопросах финансовой математики, однако с заданиями теста по финансовой осведомленности они справились заметно хуже. Так, доли опрошенных, которые продемонстрировали хороший либо отличный уровень владения финансовыми темами по результатам тестов по финансовой математике и осведомленности, составили соответственно 37,2% и 15,4%.

В вопросах финансовой математики за последние несколько лет опрошенные стали разбираться лучше (прирост равен 19,1 п.п.), а уровень владения темами, связанными с показателями финансовой осведомленности, наоборот, снизился (на 4,8 п.п.).

Доля опрошенных, охарактеризовавших свой уровень финансовой грамотности как «хороший» или «отличный», составила 20,2%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов повысилась на 3,8 п.п.

### Потребность в информации, касающейся финансов

Перечень основных финансовых продуктов, о которых респонденты хотели бы расширить свои знания, включает кредит на строительство, покупку жилья (35,0%) и



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

потребительский кредит (27,7%).

Наиболее часто респонденты выражают заинтересованность в получении дополнительной информации о законодательной системе защиты прав потребителей (32,8%), подписании договора с банком (31,2%) и покупке товаров длительного пользования (20,6%).

#### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

При выборе финансовой услуги опрошенные обращаются за информацией, прежде всего, к друзьям и знакомым (47,8%), к интернет-источникам (43,9%) и к штатным консультантам финансовых учреждений, предоставляющих необходимую услугу (28,5%).

#### Наличие счета в банке

89,9% опрошенных имеют личный банковский счет. К основным мотивам открытия счета в банке для представителей данной возрастной группы относятся получение заработной платы (93,2%) и оплата счетов (38,4%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (27,2%) и предпочтение хранить наличные средства дома (20,9%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов увеличилась на 5,1 п.п. За указанный период респонденты стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов: число таких опрошенных выросло втрое.

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 96,7% опрошенных, услугами интернет-банка – 57,9%, мобильным банком – 21,8%.

Доля пользователей дебетовых карт за исследуемый период увеличилась на 5,6 п.п. Распространенность использования интернет-банка в данной возрастной группе повысилась в 4,6 раза (прирост равен 45,3 п.п.), мобильного банка – на 7,4 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, получают их в банкоматах (83,0%). За указанный период доля лиц, получающих наличные деньги в банкомате, повысилась на 12,9 п.п.

28,3% опрошенных совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 19,1 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 14,0% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще. Частота платежей с использованием мобильного телефона за исследуемый период существенно не изменилась.

Респонденты чаще всего оплачивают свои счета наличными деньгами в банке (54,2%), перечислением денег с банковской карты (50,8%) либо наличными деньгами на почте (49,4%).

#### Пользование кредитами



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Услугами кредитования пользуются 31,1% опрошенных. Отказ от использования услуг кредитования в большинстве случаев обусловлен слишком высокими ставками по кредитам (57,0%). За период с 2012 по 2016 годы распространенность использования услуг кредитования повысилась на 5,2 п.п.

Каждый десятый респондент имеет личную кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт снизилась на 2,5 п.п.

Овердрафтом востребован среди 8,8% опрошенных, за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги сократилась на 5,3 п.п.

### Сбережения

10,3% опрошенных доверяют финансовым учреждениям хранение личных средств. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (57,7%) и безопасное хранение денег (43,8%).

Доля опрошенных, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, за последние несколько лет сократилась на 10,1 п.п. Произошли некоторые изменения и в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже пользоваться счетами для хранения средств и чаще воспринимать их как средство управления и приумножения личных финансов. Это выражается в существенном увеличении доли лиц, использующих счет для получения начислений за размещенные во вкладе деньги, а также для накопления денег на крупную покупку или будущие расходы.

### Страхование

64,7% опрошенных пользуются услугами страхования. Наиболее распространенными среди представителей данной возрастной группы услугами страхового сегмента финансового рынка являются автострахование (42,4%) и страхование имущества (40,9%). Большинство пользователей услуги добровольного страхования жизни в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называет потребность в защите (58,6%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (69,9%). Охват услугами страхования за последние годы вырос на 4,0 п.п.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## Общий портрет представителей возрастной группы 46–65 лет

### Уровень финансовой грамотности

В вопросах финансовой математики на хорошем либо отличном уровне разбираются 35,2% опрошенных, на удовлетворительном – 25,7%, у 39,6% опрошенных такие знания отсутствуют либо являются неудовлетворительными. Ситуация в отношении показателей финансовой осведомленности заметно хуже: здесь хороший и отличный уровень владения соответствующими темами продемонстрировали 14,5% опрошенных, в то время как доля тех, кто ориентируется в этих темах неудовлетворительно либо не ориентируется совсем, составила 62,5%.

В период с 2013 по 2016 годы первый показатель (финансовая математика) заметно вырос (величина прироста равна 19,8 п.п.), второй (финансовая осведомленность) остался на прежнем уровне.

Респонденты данной возрастной группы невысоко оценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» или «отличный», составляет 12,6%. За исследуемый период этот показатель изменился несущественно.

### Потребность в информации, касающейся финансов

Перечень финансовых продуктов, о которых респонденты этой группы хотели бы узнать больше, возглавляют потребительский кредит (21,1%), кредит на строительство, покупку жилья (19,3%) и вкладной счет (17,4%). Обращает на себя внимание тот факт, что каждый третий опрошенный этой возрастной группы ответил, что не нуждается в дополнительной информации о каких-либо финансовых услугах.

Что касается тем, которые респондентам было бы интересно изучать на курсах финансового образования, то наиболее популярными среди них являются информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (23,2%), законодательная система защиты прав потребителей (20,7%) и работа пенсионной системы (22,8%).

### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

При выборе финансовой услуги респонденты, как правило, получают информацию от друзей и знакомых (47,8%), из советов штатных консультантов финансовых учреждений, куда они обращаются за получением финансовой услуги (28,8%), а также из интернет-источников (25,7%).

### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года 80,5% респондентов имело счет в банке. Представители данной возрастной группы, как правило, используют счет для получения заработной платы (75,4%) и оплаты счетов (29,2%). Наиболее распространенным мотивом отказа от использования личного счета в банке является отсутствие средств (32,9%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов возросла на 6,7



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

п.п. За указанный период опрошенные стали реже использовать счета для безопасного хранения денег (снижение показателя составляет 13,1 п.п.) и чаще – для оплаты счетов: значение этого показателя за исследуемый период почти утроилось, величина изменения превысила 18 п.п.

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 90,2% опрошенных, услугами интернет-банка – 23,4%, мобильным банком – 12,6%.

Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 4,2 п.п., интернет-банка – на 16,6 п.п., мобильного банка – на 4,4 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, получают их в банкоматах (66,0%). Число респондентов, прибегающих именно к этому способу получения наличных средств, увеличилось на 12,4 п.п.

14,3% опрошенных совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще, 3,5% – несколько раз в год и реже, 79,8% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 9,8 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 12,5 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 7,1% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще, 3,9% – несколько раз в год и реже, 88,4% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. За исследуемый период роста частоты платежей с использованием мобильного телефона не произошло.

Наиболее часто респонденты оплачивают свои счета наличными деньгами на почте или в банке (соответственно 60,2% и 53,0%), а также перечислением средств с банковской карты (37,3%). Прирост доли лиц, осуществляющих оплату товаров и услуг с использованием банковской карты, составил 12,6 п.п.

#### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 24,7% опрошенных данной возрастной группы. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими кредитными ставками (40,2%) и нежеланием никому быть должными (28,9%). За период с 2012 по 2016 годы услугами кредитования респонденты стали пользоваться чаще (↑5,9 п.п.).

13,8% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт повысилась на 4,7 п.п.

Овердрафтом пользуются 7,3% опрошенных, за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги сократилась на 4,5 п.п.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

### Сбережения

13,8% представителей данной возрастной группы хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (51,3%) и безопасное хранение денег (44,4%).

Доля респондентов, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, сократилась на 7,1 п.п. Респонденты стали реже использовать счета для безопасного хранения денег и чаще – для получения начислений по вкладам.

### Страхование

59,2% опрошенных данной возрастной группы пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения людей в страховые компании является желание застраховать личное имущество (51,2%). Большинство пользователей услуги добровольного страхования жизни в качестве основного мотива обращения в данному виду услуг называют потребность в защите (56,4%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, связан с отсутствием необходимости (61,9%).

Охват услугами страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом практически не изменился.

## **Общий портрет представителей возрастной группы 66 лет и старше**

### Уровень финансовой грамотности

Уровень финансовой грамотности респондентов данной возрастной группы можно охарактеризовать как низкий. В вопросах финансовой математики на хорошем либо отличном уровне разбираются 20,8% опрошенных, на удовлетворительном – 12,1%, на неудовлетворительном – 29,5%, у 37,6% опрошенных соответствующие знания отсутствуют. Ситуация в отношении показателей финансовой осведомленности еще более сложная: здесь хороший и отличный уровень владения соответствующими темами продемонстрировали 5,2% опрошенных, в то время как доля тех, кто ориентируется в этих темах неудовлетворительно и не ориентируется совсем, составила соответственно 41,6% и 38,7%.

В период с 2013 по 2016 годы респонденты стали лучше ориентироваться в вопросах финансовой математики (доля владеющих темами этого блока на хорошем и отличном уровне повысилась на 12,3 п.п.), в то время как уровень их финансовой осведомленности остался неизменным.

Опрошенные низко оценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» или «отличный», составляет 8,7%, за исследуемый период этот показатель несколько улучшился (2,6 п.п.).

### Потребность в информации, касающейся финансов

Свыше 60% опрошенных не заинтересованы в расширении своих знаний ни по



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

одной из тем, касающихся управления личными финансами, а также принципов работы финансовой системы в целом и различных ее сегментов. 53,2% не нуждаются в дополнительной информации о каких-либо финансовых продуктах или услугах.

Среди тех респондентов, которые все же хотели бы расширить свои знания в данной сфере, преобладает ориентация на получение дополнительной информации о работе пенсионной системы (17,3%) и банковском вкладном счете (13,9%).

#### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

Выбирая финансовую услугу, респонденты чаще всего советуются с друзьями и знакомыми (37,6%).

#### Наличие счета в банке

Почти 40% респондентов этой группы имеют счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке относятся безопасное хранение денег (28,7%) и хранение денег на «черный» день (27,4%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования счета являются отсутствие средств (29,5%), предпочтение хранить наличные средства дома (29,7%) и отсутствие видимых преимуществ (24,8%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов увеличилась на 6,5 п.п. За указанный период люди стали реже использовать банковские счета для безопасного хранения денег (на 20,7 п.п.) и накоплений на черный день (на 12,8 п.п.) и чаще – для оплаты счетов: если в 2012 году таких было 5,5% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году их доля от общего числа опрошенных в данной возрастной группе приблизилась к 20%.

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 44,1% опрошенных, услугами интернет-банка – 4,6%, мобильным банком – 2,8%.

Доля владельцев дебетовых карт за исследуемый период увеличилась на 8,1 п.п. Распространенность использования интернет-банка в данной возрастной группе повысилась на 2,4 п.п., охват услугой мобильного банка остался на прежнем уровне. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, обращаются за их получением в почтовые отделения (68,6%), хотя за последние несколько лет доля лиц, получающих наличные деньги в банкомате, повысилась на 4,7 п.п.

Подавляющее большинство респондентов (свыше 97%) никогда не оплачивают товары либо услуги посредством интернета и мобильного телефона. По обоим показателям динамика за исследуемый период отсутствует.

Наиболее часто респонденты старше 65 лет оплачивают свои счета наличными деньгами на почте (79,8%). Вместе с тем, наблюдается заметный прирост доли лиц, осуществляющих оплату товаров и услуг с использованием банковской карты, – он составил 26,5 п.п. и изменился с 4,0% в 2012 году до 30,5% в 2016 году.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются всего 4,3% опрошенных. От использования кредитов людей чаще всего удерживает нежелание быть никому должными (43,0%). За период с 2012 по 2016 годы охват услугами кредитования повысился на 2,4 п.п.

Согласно результатам опроса, 14,6% опрошенных имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт возросла на 14,0 п.п. Однако, учитывая в целом низкий уровень финансовой активности и низкую заинтересованность в его повышении, свойственные представителям этой возрастной группы, ситуация с повышением охвата кредитными картами представляется нам маловероятной. А если принять во внимание тот факт, что за исследуемый период среди пенсионеров возросла доля владельцев дебетовых карт, предназначенных для получения пенсионных начислений, а также низкий уровень грамотности представителей этой возрастной группы, напрашивается вывод о том, что люди могут нечетко понимать различия между дебетовой и кредитной картой и принимать одну за другую.

Овердрафтом пользуются лишь 1,5% опрошенных, за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги не изменилась.

### Сбережения

14,6% респондентов доверяют хранение своих сбережений финансовым учреждениям. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются накопление денег на «черный» день (61,9%), безопасное хранение денег (43,5%) и получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (39,3%).

Доля опрошенных, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, за последние несколько лет несколько сократилась (на 2,3 п.п.).

### Страхование

50,9% опрошенных пользуются услугами страхования. Наиболее распространенным видом страхования среди представителей данной возрастной группы является страхование имущества (46,2%). Большинство пользователей услуги добровольного страхования жизни в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (44,1%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (66,3%).

Охват услугами страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом снизился на 3,1 п.п. Представители данной возрастной группы стали чаще обращаться за страховыми услугами по примеру других людей из своего окружения (прирост равен 10,5 п.п.) и реже принимать такое решение, прислушавшись к советам страхового агента (снижение составило 12,5 п.п.).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## Регион

Для совершенствования деятельности, направленной на повышение финансовой грамотности населения страны, и разработки дифференцированного подхода с учетом региональных особенностей значимы: анализ как общих данных, так рассмотрение ситуации в разрезе территориальных групп; выявление и изучение региональных различий потребления финансовых продуктов и услуг, представленных в разных сегментах финансового рынка Беларуси; выделение регионов с наибольшей и наименьшей активностью в сфере финансового потребления (*Таблица 2*).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 2. Динамика основных показателей финансовой грамотности и финансового поведения в регионах

Наименование показателя	Год	Регионы											
		Витебская		Минская		Гомельская		Гродненская		Могилевская		Брестская	
		значение	изменение	значение	изменение	значение	изменение	значение	изменение	значение	изменение	значение	изменение
<i>Финансовая грамотность и осведомленность</i>													
1. Доля лиц, справившихся с тестом по финансовой математике на хорошем и отличном уровне	2013	6,6%	↑41,6 п.п.	17,1%	↑18 п.п.	20,5%	↑15,9 п.п.	11,9%	↑5,7 п.п.	18,2%	↓2,8 п.п.	11,5%	↑28,5 п.п.
	2016	48,2%		35,1%		36,4%		17,6%		15,4%		40,0%	
2. Доля лиц, справившихся с тестом по финансовой осведомленности на хорошем и отличном уровне	2013	14,8%	↑5,5 п.п.	12,7%	↑6,1 п.п.	7,0%	↓2,2 п.п.	10,7%	↓10,1 п.п.	14,2%	↓6,2 п.п.	7,8%	↓0,9 п.п.
	2016	20,3%		18,8%		4,8%		0,6%		8,0%		6,9%	
3. Доля лиц, оценивающих свой уровень финансовой грамотности как «хороший» и «отличный»	2013	10,9%	↓1,8 п.п.	18,0%	↑4,4 п.п.	19,6%	↑1,5 п.п.	6,9%	↑1,0 п.п.	8,6%	↑8,0 п.п.	14,7%	↑5,8 п.п.
	2016	9,1%		22,4%		21,1%		5,9%		16,6%		20,5%	
<i>Пользование банковскими счетами</i>													
4. Доля лиц, имеющих личный счет в банке	2012	69,3%	↑4,3 п.п.	69,9%	↑6,8 п.п.	65,8%	↑7,9 п.п.	66,4%	↑5,1 п.п.	72,2%	↑3,3 п.п.	69,2%	↑5,6 п.п.
	2016	73,6%		76,7%		73,7%		71,5%		75,5%		74,8%	
<i>Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания</i>													
5. Доля лиц, использующих дебетовую карту	2012	84,5%	↑7,6 п.п.	83,6%	↑5,3 п.п.	87,7%	↑4,4 п.п.	84,6%	↑4,5 п.п.	92,3%	↓2,6 п.п.	90,3%	↑3,0 п.п.
	2016	92,1%		88,9%		92,1%		89,1%		89,7%		93,3%	
6. Доля лиц, использующих интернет-банк	2012	12,0%	↑31,0 п.п.	12,4%	↑25,1 п.п.	10,7%	↑23,5 п.п.	9,8%	↑20,4 п.п.	11,2%	↑24,4 п.п.	7,2%	↑28,7 п.п.
	2016	43,0%		37,5%		34,2%		30,2%		35,6%		35,9%	
<i>Продолжение Таблицы 2 – на следующей странице</i>													
7. Доля лиц, использующих	2012	14,9%	↑12,8	15,3%	↑7,4 п.п.	11,8%	↑8,0 п.п.	15,1%	↑0,5 п.п.	14,4%	↑10,8 п.п.	8,0%	↑15,0

	мобильный банк	2016	27,7%	п.п.	22,7%		19,8%		15,6%		25,2%		23,0%	п.п.
8.	Доля лиц, снимающих деньги в банкомате при необходимости их получения	2012	51,4%	↑11,6 п.п.	52,4%	↑13,9 п.п.	55,6%	↑8,4 п.п.	50,7%	↑6,0 п.п.	59,4%	↑2,6 п.п.	54,6%	↑10,1 п.п.
		2016	63,0%		66,3%		64,0%		56,7%		62,0%		64,7%	
9.	Доля лиц, совершающих интернет-платежи раз в месяц и чаще	2012	9,4%	↑13,2 п.п.	7,2%	↑15,1 п.п.	6,3%	↑15,3 п.п.	3,1%	↑10,5 п.п.	3,8%	↑10,4 п.п.	1,8%	↑7,4 п.п.
		2016	22,6%		22,3%		21,6%		13,6%		14,2%		9,2%	
10.	Доля лиц, совершающих платежи с использованием мобильного телефона раз в месяц и чаще	2012	16,4%	↓2,2 п.п.	8,9%	↑3,4 п.п.	7,9%	↑3,7 п.п.	6,9%	↑1,3 п.п.	7,2%	↑3,0 п.п.	4,8%	↑2,3 п.п.
		2016	14,2%		12,3%		11,6%		8,2%		10,2%		7,1%	
11.	Доля лиц, осуществляющих оплату товаров и услуг с использованием банковской карты	2012	26,7%	↑17,2 п.п.	25,1%	↑15,5 п.п.	23,0%	↑6,7 п.п.	28,1%	↑6,6 п.п.	30,8%	↑4,1 п.п.	25,3%	↑17,8 п.п.
		2016	43,9%		40,6%		29,7%		34,7%		34,9%		43,1%	
<i>Пользование кредитами</i>														
12.	Доля лиц, пользующихся услугами кредитования	2012	22,3%	↑13,0 п.п.	19,8%	↑3,2 п.п.	15,9%	↑6,3 п.п.	16,9%	↓7,5 п.п.	16,3%	↑5,4 п.п.	19,1%	↑4,7 п.п.
		2016	35,3%		23,0%		22,2%		9,4%		21,7%		23,8%	
13.	Доля лиц, имеющих кредитную карту	2012	8,5%	↑3,9 п.п.	11,0%	↑0,1 п.п.	8,8%	↓2,8 п.п.	11,8%	↓7,3 п.п.	8,1%	0,1 п.п.	12,2%	↓3,9 п.п.
		2016	12,4%		11,1%		6,0%		4,5%		8,0%		8,3%	
14.	Доля лиц, использующих овердрафт	2012	14,3%	0,0 п.п.	14,7%	↓8,9 п.п.	10,3%	↓5,0 п.п.	14,8%	↓9,2 п.п.	12,5%	↓6,2 п.п.	4,7%	↑0,4 п.п.
		2016	14,3%		5,8%		5,3%		5,6%		6,3%		5,1%	
<i>Продолжение Таблицы 2 – на следующей странице</i>														
<i>Сбережения</i>														
15.	Доля лиц, хранящих	2012	13,5%	↓1,0 п.п.	26,3%	↓12,7	14,7%	↓4,4 п.п.	24,5%	↓16,3 п.п.	14,5%	↓7,8 п.п.	16,5%	↓2,6 п.п.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

	сбережения, накопления в финансовых учреждениях	2016	12,5%		13,6%	п.п.	10,3%		8,2%		6,7%		13,9%	
<i>Страхование</i>														
16.	Доля лиц, пользующихся услугами страхования	2012	47,4%	↑12,7 п.п.	58,0%	↑2,3 п.п.	49,7%	↓1,2 п.п.	60,1%	↓4,5 п.п.	55,7%	↓5,8 п.п.	59,2%	↓1,0 п.п.
		2016	60,1%		60,3%		48,5%		55,6%		49,9%		58,2%	

- за исследуемый период наблюдался рост значений указанного показателя
- за исследуемый период наблюдалось снижение значений указанного показателя
- за исследуемый период значение указанного показателя не изменилось или изменилось менее чем на 2%



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## Общий портрет населения Витебской области

### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди представителей данного региона довольно высок: свыше 48% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем и отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация заметно хуже: хороший уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали чуть более 20% опрошенных; отличный уровень финансовой осведомленности не продемонстрировал никто.

В период с 2013 по 2016 годы произошел рост обоих показателей, однако величина изменений была различной: если прирост числа респондентов, хорошо и отлично справившихся с тестом по финансовой математике, составил 41,6 п.п., то увеличение аналогичного показателя для теста по финансовой осведомленности составило всего 5,5 п.п.

Респонденты недооценивают свой уровень владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» и «отличный», составляет чуть более 9%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов не изменилась.

### Потребность в информации, касающейся финансов

Перечень финансовых продуктов, о которых респонденты данного региона хотели бы узнать больше, выглядит следующим образом: кредит на строительство, покупку жилья (34,0%), потребительский кредит (32,5%) и вкладной счет (19,3%).

Среди тем, которые респондентам было бы интересно изучать, наиболее популярными являются: информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (37,1%), законодательная система защиты прав потребителей (33%), источники информации о финансовых услугах (26,4%), что делать, чтобы исполнение обязательств по кредиту не стало тяжелым бременем (24,9%) а также потребительские кредиты на приобретение товаров (22,3%).

### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

При выборе финансовой услуги жители данной области чаще всего обращаются к советам друзей, знакомых (67,5%), в интернет (45,7%), к советам штатных консультантов финансовых учреждений, предоставляющих необходимую услугу (34,5%), а также к соответствующим информационным материалам финансовых учреждений (24,9%).

### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года более 73% опрошенных данного региона имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке для представителей данной области относятся получение заработной платы (75,4%), оплата счетов (28,1%) и безопасное хранение денег (24,1%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (37%), предпочтение хранить наличные дома (20,3%) и отсутствие преимуществ (18,4%).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов незначительно увеличилась (на 4,3 п.п.). За указанный период жители данной области стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов: если в 2012 году таких было 7,5% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году их стало 28,1%.

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 92,1% опрошенных данного региона, услугами интернет-банка – 43%, мобильным банком – 27,7%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 7,6 п.п., услуги интернет-банка – на 31 п.п., мобильного банка – на 12,8 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты данного региона, как правило, получают их в банкоматах (63%). За исследуемый период число респондентов, прибегающих к данному способу получения наличных средств, увеличилось на 11,6 п.п.

12,8% опрошенных совершают интернет-платежи несколько раз в месяц, 9,8% – раз в месяц, 65,6% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 13,2 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 19,9 п.п.

9,2% опрошенных совершают платежи с использованием мобильного телефона несколько раз в месяц, 5% – раз в месяц, 77,5% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. За исследуемый период отмечается незначительное снижение частоты платежей с использованием мобильного телефона. В данном случае доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период снизилась на 3,4 п.п.

Основными способами оплаты счетов для жителей данной области являются оплата наличными деньгами на почте (60,3%) и в банке (48,7%), а также перечисление средств с банковской карты (43,9%). За исследуемый период число опрошенных, прибегающих к последнему способу оплаты счетов, увеличилось в 1,6 раза (прирост равен 17,2 п.п.).

#### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 35,3% опрошенных данного региона. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими кредитными ставками (50,2%), нежеланием никому быть должными (33,9%) и нехваткой денег для выплат по кредитам (28%).

За период с 2012 по 2016 годы услугами кредитования респонденты стали пользоваться заметно чаще, величина прироста – 13,0 п.п. Доля лиц, отказавшихся от использования услуг кредитования по причине слишком высоких кредитных ставок, увеличилась на 20,3 п.п., по причине нежелания никому быть должным – на 14,8 п.п.

12,4% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт незначительно увеличилась (на 3,9 п.п.).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Овердрафтом пользуются 14,3% опрошенных; за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги не изменилась.

### Сбережения

Только 12,5% опрошенных данного региона хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются безопасное хранение денег (51,6%) и получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (50%).

Доля лиц, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, осталась на прежнем уровне. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для безопасного хранения денег, защиты себя от нежелательных трат, для накопления денег на черный день и чаще задумываться об использовании счета для получения начислений по вкладам, для накопления средств на крупную покупку или будущие расходы.

### Страхование

60,1% опрошенных данного региона пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения в страховые компании является желание воспользоваться услугами страхования имущества (41,2%) и автомобиля (30,5%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 14,2% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (55,3%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (58,7%).

Распространенность услуг страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом увеличилась на 12,7 п.п. Среди пользователей услуги добровольного страхования жизни наблюдается повышение популярности основного мотива обращения к данному виду услуг – необходимости защиты – на 15 п.п. Значительно выросло число лиц, называющих в качестве причины обращения к услугам добровольного страхования жизни обязательное требование (на 18,4 п.п.).

## **Общий портрет населения Минской области**

### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди представителей данного региона довольно высок: свыше 35% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем и отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация заметно хуже: хороший и отличный уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали чуть более 18% опрошенных.

В период с 2013 по 2016 годы произошел рост обоих показателей, однако величина изменений была различной: если прирост числа респондентов, хорошо и отлично



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

справившихся с тестом по финансовой математике, составил 18 п.п., то увеличение данного показателя для теста по финансовой осведомленности составило всего 6,1 п.п.

Респонденты данной области неплохо оценивают свой уровень владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» и «отличный», составляет чуть более 22%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов незначительно увеличилась (на 4,4 п.п.).

#### Потребность в информации, касающейся финансов

Перечень финансовых продуктов, о которых респонденты данного региона хотели бы узнать больше, выглядит следующим образом: кредит на строительство, покупку жилья (32%), потребительский кредит (26,3%) и вкладной счет (18,4%).

Среди тем, которые респондентам было бы интересно изучать, наиболее популярными являются: информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (25%), законодательная система защиты прав потребителей (20,2%), покупка товаров длительного пользования (17,1%), потребительские кредиты на приобретение товаров (15,8%).

#### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

При выборе финансовой услуги жители данной области чаще всего обращаются к советам друзей, знакомых (35,5%), в интернет (34,6%), к рекламе (26,8%), а также к советам штатных консультантов финансовых учреждений, предоставляющих необходимую услугу (20,2%).

#### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года более 76% опрошенных данного региона имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке для представителей данной области относятся получение заработной платы (77,1%) и оплата счетов (35,6%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (35,8%), предпочтение хранить наличные дома (28,1%) и наличие банковского счета у других членов семьи (22%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов незначительно увеличилась (на 6,8 п.п.). За указанный период жители данной области стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов (увеличение на 22,2 п.п.) и реже для безопасного хранения денег (снижение на 11,6 п.п.).

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 88,9% опрошенных данного региона, услугами интернет-банка – 37,5%, мобильным банком – 22,7%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 5,3 п.п., услуги интернет-банка – на 25,1 п.п., мобильного банка – на 7,4 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты данного региона, как правило, получают их в банкоматах (66,3%). За исследуемый период число респондентов, прибегающих к данному способу получения



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID



Доля лиц, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, существенно сократилась – на 12,7 п.п. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для безопасного хранения денег, для получения доступа к другим финансовым услугам, защиты себя от нежелательных трат, и чаще задумываться об использовании счета для получения начислений по вкладам, для накопления денег на крупную покупку или будущие расходы.

### Страхование

60,3% опрошенных данного региона пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения в страховые компании является желание воспользоваться услугами страхования имущества (39,5%) и автомобиля (32,5%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 8,7% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (62%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (73,5%).

Распространенность услуг страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом увеличилась на 2,2 п.п. Среди пользователей услуги добровольного страхования жизни наблюдается повышение популярности мотива обращения к данному виду услуг по примеру своего окружения (на 7,9 п.п.).

## **Общий портрет населения Гомельской области**

### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди представителей данного региона довольно высок: свыше 36% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем и отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация заметно хуже: хороший уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали чуть более 4% опрошенных; отличный уровень финансовой осведомленности в данной области не продемонстрировал никто.

В период с 2013 по 2016 годы произошел рост по первому показателю (на 15,9 п.п.) и незначительное снижение по второму показателю (на 2,2 п.п.).

Респонденты данной области недооценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» и «отличный», составляет чуть более 21%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов не изменилась.

### Потребность в информации, касающейся финансов

32,5% опрошенных данного региона не заинтересованы в получении дополнительной информации о каких-либо финансовых продуктах. Среди финансовых продуктов, о которых респонденты хотели бы узнать больше, лидируют потребительский



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

кредит (25,9%), кредит на строительство, покупку жилья (18,4%) и вкладной счет (17,5%).

22,8% опрошенных не заинтересованы в получении дополнительной информации по различным аспектам управления персональными финансами. Среди тем, которые респондентам было бы интересно изучать, наиболее популярными являются: законодательная система защиты прав потребителей (19,7%), покупка товаров длительного пользования и работа пенсионной системы (19,3% по каждой из тем), информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком, банковские услуги и что делать, чтобы исполнение обязательств по кредиту не стало тяжелым бременем (18,9% по каждой из тем), а также тема потребительских кредитов на приобретение товаров (16,2%).

#### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

При выборе финансовой услуги жители данной области чаще всего обращаются к советам друзей, знакомых (45,6%) и в интернет (38,1%).

#### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года более 73% опрошенных данного региона имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке для представителей данной области относятся получение заработной платы (77,6%) и оплата счетов (25,5%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (40,8%) и предпочтение хранить наличные дома (21%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов увеличилась на 7,9 п.п. За указанный период жители данной области стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов (увеличение на 16,9 п.п.) и реже – для безопасного хранения денег (снижение на 14,3 п.п.).

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 92,1% опрошенных данного региона, услугами интернет-банка – 34,2%, мобильным банком – 19,8%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 4,4 п.п., услуги интернет-банка – на 23,5 п.п., мобильного банка – на 8 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах жители данного региона, как правило, получают их в банкоматах (64%). За исследуемый период число респондентов, прибегающих к данному способу получения наличных средств, увеличилось на 8,4 п.п.

11,4% опрошенных совершают интернет-платежи несколько раз в месяц, 10,2% – раз в месяц, 72,2% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще возросла на 15,3 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 17,9 п.п.

7,8% опрошенных совершают платежи с использованием мобильного телефона несколько раз в месяц, 3,7% – раз в месяц, 82,9% никогда не оплачивают товары либо



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

услуги посредством использования мобильного телефона. За исследуемый период отмечается незначительное увеличение частоты платежей с использованием мобильного телефона. Доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период увеличилась на 3,7 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, снизилась на 5,7 п.п.

Основными способами оплаты счетов для жителей данной области являются оплата наличными деньгами на почте (58,1%) и в банке (43,1%). Перечислением средств с банковской карты оплачивают свои счета 29,7% опрошенных.

### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 22,2% опрошенных данного региона. Отказ от использования кредитов опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими ставками (40,4%), нежеланием никому быть должными (35,2%) и нехваткой денег для выплат по кредитам (27,7%).

За период с 2012 по 2016 годы услугами кредитования респонденты стали пользоваться немного чаще, величина изменения – 6,3 п.п. Доля лиц, отказавшихся от использования услуг кредитования, для всех указанных мотивов увеличилась. Наименее значительное увеличение отмечается по причине отсутствия денег для выплат по кредитным обязательствам (на 5,9 п.п.). Увеличение числа респондентов, отказавшихся от услуг кредитования по причине нежелания никому быть должными, составило 16,2 п.п., по причине слишком высоких кредитных ставок – 11,2 п.п.

6% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт незначительно уменьшилась (на 2,8 п.п.).

Овердрафтом пользуются 5,3% опрошенных; за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги уменьшилась на 5 п.п.

### Сбережения

10,3% опрошенных данного региона хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются безопасное хранение денег (52,2%), получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (39,9%), накопление денег на черный день (31,9%) и попытка избежать нежелательных трат (23,9%).

Доля лиц, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, сократилась на 4,4 п.п. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для накопления денег на крупную покупку и получения доступа к другим финансовым услугам и чаще задумываться об использовании счета для накопления денег на будущие расходы или черный день, а также для получения начислений по вкладам.

### Страхование

48,5% опрошенных данного региона пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения в страховые компании является желание



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

воспользоваться услугами страхования имущества (29,6%) и автомобиля (26,5%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется только 6,1% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (54,5%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, как правило, объясняют вызван отсутствием необходимости (72,8%).

Распространенность услуг страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом существенно не изменилась.

### **Общий портрет населения Гродненской области**

#### **Уровень финансовой грамотности**

Уровень владения финансовыми вопросами среди представителей данного региона невысок: чуть более 17% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем уровне; на отличном уровне вопросами в данной области не владеет ни один респондент. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация выглядит еще хуже: хороший уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали менее 1% опрошенных; отличный уровень финансовой осведомленности в данной области не продемонстрировал никто.

В период с 2013 по 2016 годы произошел рост по первому показателю (на 5,7 п.п.) и значительное снижение по второму (на 10,1 п.п.).

Респонденты данной области невысоко оценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» и «отличный», составляет чуть менее 6%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов не изменилась.

#### **Потребность в информации, касающейся финансов**

40% опрошенных данного региона не заинтересованы в получении дополнительной информации о каких-либо финансовых продуктах. Среди финансовых продуктов, о которых респонденты хотели бы узнать больше, лидируют вкладной счет и инвестиции в корпоративные облигации (20,6% по каждой из тем).

47,6% опрошенных не заинтересованы в получении дополнительной информации по различным аспектам управления персональными финансами. Среди тем, которые респондентам было бы интересно изучать, наиболее популярны законодательная система защиты прав потребителей (32,4%), источники информации о финансовых услугах (31,2%), информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (21,8%).

#### **Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги**

При выборе финансовой услуги жители данной области чаще всего обращаются к друзьям и знакомым (51,8%), в интернет (24,7%), а также к советам штатных консультантов финансовых учреждений, предоставляющих необходимую услугу (21,8%).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года 71,5% жителей данной области имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке относятся получение заработной платы (72,3%) и оплата счетов (31,3%). Наиболее распространенные мотивы отказа от использования личного счета в банке – отсутствие преимуществ (29,1%) и финансовых средств (24,3%), наличие банковского счета у других членов семьи (21,4%), недоверие банкам (19,5%), а также предпочтение хранить наличные дома (18,8%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов возросла незначительно (на 5,1 п.п.). За указанный период жители данной области стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов (на 20,6 п.п.) и значительно реже – для безопасного хранения денег (на 25,0 п.п.).

### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 89,1% опрошенных данного региона, услугами интернет-банка – 30,2%, мобильным банком – 15,6%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 4,5 п.п., услуги интернет-банка – на 20,4 п.п., мобильного банка – не изменилась. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты данного региона, как правило, получают их в банкоматах (56,7%). За исследуемый период число респондентов, прибегающих к данному способу получения наличных средств, увеличилось на 6 п.п.

13,6% опрошенных совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще, 6,8% – раз в месяц, 78,1% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 10,5 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 11,5 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 8,2% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще, 2,1% – раз в месяц, 88,4% никогда не оплачивают товары либо услуги указанным способом. За исследуемый период частота платежей с использованием мобильного телефона не изменилась.

Наиболее часто респонденты данной области оплачивают свои счета наличными деньгами на почте (61,2%) и в банке (59,3%). Перечислением средств с банковской карты оплачивают свои счета 34,7% опрошенных.

### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 9,4% жителей данного региона. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими кредитными ставками (52,4%), нехваткой денег для выплат по кредитам (34,6%) и нежеланием никому быть должными (28,4%).

За период с 2012 по 2016 годы услугами кредитования респонденты стали пользоваться реже (снижение на 7,5 п.п.). Доля лиц, отказавшихся от использования



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

кредитов в связи с высокими кредитными ставками, возросла на 27,4 п.п., из-за отсутствия денег для выплаты кредитных обязательств – на 16,1 п.п. Отмечается незначительное увеличение доли респондентов, отказывающихся от услуг кредитования по причине недовольства условиями получения кредита (на 7,4 п.п.).

4,5% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2012 годом доля пользователей кредитных карт незначительно снизилась (на 7,3 п.п.).

Овердрафтом пользуются 5,6% опрошенных региона; за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги сократилась на 9,2 п.п.

### Сбережения

Только 8,2% представителей данного региона хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основной мотив открытия сберегательного счета – получение процентов/начислений за помещенные во вклад средства (67,8%).

За период с 2012 по 2016 доля респондентов, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, сократилась на 16,3 п.п. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для безопасного хранения денег и чаще задумываться об использовании счета для получения начислений по вкладам.

### Страхование

55,6% опрошенных региона пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения в страховые компании является страхование имущества (39,7%) и автострахование (26,3%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 12,7% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (50,6%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (63,5%). По сравнению с 2012 годом наблюдается рост числа респондентов, отказывающихся от услуг страхования по причине их дороговизны (на 21,6 п.п.) и недоверия страховым компаниям (на 8 п.п.).

Охват услугами страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом снизился на 4,5 п.п. Среди пользователей услуги добровольного страхования жизни наблюдается повышение популярности основного мотива обращения к данному виду услуг – необходимость защиты – на 12,6 п.п., а также рост числа случаев, респондент обращается за данной услугой по примеру своего окружения (на 13,2 п.п.).

## **Общий портрет населения Могилевской области**

### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди представителей данной области невысок: чуть более 15% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем и отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

ситуация выглядит хуже: хороший и отличный уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали 8% опрошенных.

В период с 2013 по 2016 годы наблюдается снижение доли респондентов по обоим показателям: доля респондентов, хорошо и отлично справившихся с тестом по финансовой математике, уменьшилась на 2,8 п.п.; доля, респондентов, хорошо и отлично справившихся с тестом по финансовой осведомленности, снизилась на 6,2 п.п.

Жители данной области недооценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» и «отличный», составляет чуть более 16%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов повысилась на 8 п.п.

#### Потребность в информации, касающейся финансов

Среди финансовых продуктов, о которых респонденты данного региона хотели бы узнать больше, лидируют кредит на строительство, покупку жилья (28%) и услуги страхования (22,3%).

Среди тем, которые респондентам было бы интересно изучать, наиболее популярными являются работа пенсионной системы (20,4%), планирование покупки товаров длительного пользования и банковские услуги (19,4% по каждой из тем), законодательная система защиты прав потребителей финансовых услуг (18,3%).

#### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

При выборе финансовой услуги жители области чаще всего обращаются к друзьям и знакомым (36%), рекламе (32,0%), а также к информационным материалам финансовых учреждений (28,6%).

#### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года более 75% жителей данной области имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке относятся получение заработной платы (76,9%) и оплата счетов (44,1%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (27,9%) и предпочтение хранить наличные дома (26,7%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов незначительно увеличилась (на 3,3 п.п.). За указанный период представители данной области стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов (на 24,1 п.п.) и реже для безопасного хранения денег (на 4 п.п.).

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 89,7% опрошенных данного региона, услугами интернет-банка – 35,6%, мобильным банком – 25,2%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период снизилась на 2,6 п.п., в то время как услугами интернет-банка и мобильного банка респонденты стали пользоваться заметно чаще: величина прироста составила 24,4 п.п. и 10,8 п.п. соответственно. В случае возникновения



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

потребности в наличных средствах респонденты данного региона, как правило, получают их в банкоматах (62%). За указанный период число респондентов, прибегающих именно к этому способу получения наличных средств, возросло на 2,6 п.п.

14,2% опрошенных совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще, 9,3% – раз в месяц, 69,5% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 10,4 п.п., один раз в месяц – на 5,8 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 17 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 10,2% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще, 5,3% – раз в месяц, 77,8% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. Рост частоты платежей с использованием мобильного телефона тоже имеет место, но существенным его назвать нельзя. Доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период увеличилась на 3 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, снизилась на 6,3 п.п.

Наиболее часто респонденты области оплачивают свои счета наличными деньгами на почте (53,5%) и в банке (43%), а также перечислением средств с банковской карты (34,9%).

#### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 21,7% опрошенных данного региона. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими кредитными ставками (40,0%) и нежеланием никому быть должным (36,0%).

За период с 2012 по 2016 годы услугами кредитования респонденты стали пользоваться немного реже (снижение на 5,4 п.п.). Доля лиц, отказавшихся от использования данной услуги в связи с высокими кредитными ставками, возросла на 16,4 п.п., из-за нежелания никому быть должным – на 21,6 п.п., по причине отсутствия денег для выплат по кредитным обязательствам – на 4,9 п.п.

8,0% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2012 годом доля пользователей кредитных карт не изменилась.

Овердрафтом пользуются 6,3% опрошенных региона, за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги сократилась вдвое (на 6,2 п.п.).

#### Сбережения

Только 6,7% данного региона хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства и безопасное хранение денег (44,7% по каждому из мотивов).

За период с 2012 по 2016 доля респондентов, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, сократилась на 7,8 п.п. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

говорить о том, что счет им нужен для безопасного хранения денег и чаще задумываться о том, что счет нужен им для получения начислений по вкладам, защиты себя от нежелательных трат, для накопления денег на крупную покупку или будущие расходы.

### Страхование

49,9% опрошенных региона пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения в страховые компании является страхование имущества (36,0%) и автострахование (25,3%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 11,8% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (63,9%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты чаще всего объясняют отсутствием необходимости (68,2%).

Охват услугами страхования за исследуемый период снизился на 5,8 п.п.

## **Общий портрет населения Брестской области**

### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди представителей данной области довольно высок: 40% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем и отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация заметно хуже: хороший и отличный уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали чуть менее 7% опрошенных.

В период с 2013 по 2016 годы произошел значительный рост числа респондентов, хорошо и отлично справившихся с тестом по финансовой математике (на 28,5 п.п.). Доля респондентов, хорошо и отлично справившихся с тестом по финансовой осведомленности, остается на том же уровне.

Респонденты данной области недооценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» и «отличный», составляет чуть более 20%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов немного повысилась (на 5,8 п.п.).

### Потребность в информации, касающейся финансов

Среди финансовых продуктов, о которых респонденты данного региона хотели бы узнать больше, лидируют кредит на строительство, покупку жилья (32,7%) и потребительский кредит (22,7%).

Среди тем, которые респондентам было бы интересно изучать, наиболее популярными являются: информация, на которую необходимо обращать внимание во время подписания договора с банком (25,9%), законодательная система защиты прав потребителей (20,5%) и банковские услуги (18,6%).

### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

При выборе финансовой услуги жители данной области чаще всего обращаются к друзьям и знакомым (45,9%), в интернет (39,1%), а также к информационным материалам финансовых учреждений (28,6%).

#### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года более 74% жителей данной области имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке относятся получение заработной платы (76,6%) и оплата счетов (37,9%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (33,8%) и видимых преимуществ (27,6%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов увеличилась на 5,6 п.п. За указанный период жители данной области стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов (на 30,3 п.п.) и реже для безопасного хранения денег (на 19,4 п.п.).

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 93,3% опрошенных данного региона, услугами интернет-банка – 35,9%, мобильным банком – 23,0%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 3 п.п., интернет-банка – на 28,7 п.п., мобильного банка – на 15 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты данного региона, как правило, получают их в банкоматах (64,7%). За указанный период число респондентов, прибегающих именно к этому способу получения наличных средств, возросло на 10,1 п.п.

9,2% опрошенных совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще, 6,4% – раз в месяц, 71,2% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 7,4 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 15,8 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 7,1% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще, 5,2% – раз в месяц, 80,2% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. Рост частоты платежей с использованием мобильного телефона тоже имеет место, но существенным его назвать нельзя. Доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период увеличилась на 2,3 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, снизилась на 5,9 п.п.

Наиболее часто респонденты области оплачивают свои счета наличными деньгами на почте (61,0%) и в банке (50,6%). Перечислением средств с банковской карты оплачивают счета 43,1% опрошенных.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 23,8% респондентов данного региона. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими кредитными ставками (44,3%) и нежеланием никому быть должными (44,5%).

За период с 2012 по 2016 годы услугами кредитования респонденты стали пользоваться немного чаще (увеличение на 4,7 п.п.). Доля лиц, отказавшихся от использования данной услуги в связи с высокими кредитными ставками, возросла на 20,5 п.п., с нежеланием никому быть должным – на 25,6 п.п.

8,3% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2012 годом доля пользователей кредитных карт незначительно снизилась (на 3,9 п.п.).

Овердрафтом пользуются 5,1% опрошенных региона; за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги не изменилась.

### Сбережения

Только 13,9% данного региона хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основным мотивом открытия сберегательного счета является получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (44,7%).

За период с 2012 по 2016 доля респондентов, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, сократилась на 2,6 п.п. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для безопасного хранения денег и чаще задумываться об использовании счета для получения начислений по вкладам, для накопления денег на крупную покупку, будущие расходы или на черный день.

### Страхование

58,2% опрошенных региона пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения в страховые компании является страхование имущества (32,1%) и автострахование (31,0%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 10,1% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (61,5%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты чаще всего объясняют отсутствием необходимости (69,4%).

Охват страховыми услугами в 2016 году по сравнению с 2012 годом практически не изменился. Среди пользователей услуги добровольного страхования жизни наблюдается повышение популярности основного мотива обращения к данному виду услуг – необходимость защиты – на 14,7 п.п.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## Пол

Состояние и динамика финансовой грамотности и финансового поведения населения РБ характеризуется определенной гендерной спецификой. В рамках данного раздела мы рассмотрим состояние и динамику основных показателей финансовой грамотности и финансового поведения за последние несколько лет для каждой гендерной группы (Таблица 3).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

**Таблица 3. Динамика основных показателей финансовой грамотности и финансового поведения для разных гендерных групп**

	Наименование показателя	Год	Пол			
			Мужской		Женский	
			значение	изменение	значение	изменение
<i>Финансовая грамотность и осведомленность</i>						
1.	Доля лиц, справившихся с тестом по финансовой математике на хорошем и отличном уровне	2013	19,6%	↑16,8 п.п.	14,5%	↑21,6 п.п.
		2016	36,4%		36,1%	
2.	Доля лиц, справившихся с тестом по финансовой осведомленности на хорошем и отличном уровне	2013	17,4%	↓2,8 п.п.	11,2%	↑2 п.п.
		2016	14,6%		13,2%	
3.	Доля лиц, оценивающих свой уровень финансовой грамотности как «хороший» и «отличный»	2013	16,1%	↑0,6 п.п.	13,9%	↑5,7 п.п.
		2016	16,7%		19,6%	
<i>Пользование банковскими счетами</i>						
4.	Доля лиц, имеющих личный счет в банке	2012	69,8%	↑5,3 п.п.	68,3%	↑5,7 п.п.
		2016	75,1%		74,0%	
<i>Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания</i>						
5.	Доля лиц, использующих дебетовую карту	2012	88,9%	↑3,2 п.п.	85,9%	↑4 п.п.
		2016	92,1%		89,9%	
6.	Доля лиц, использующих интернет-банк	2012	11,8%	↑24,9 п.п.	9,7%	↑26,9 п.п.
		2016	36,7%		36,6%	
7.	Доля лиц, использующих мобильный банк	2012	14,0%	↑9,7 п.п.	12,8%	↑9,1 п.п.
		2016	23,7%		21,9%	
8.	Доля лиц, снимающих деньги в банкомате при необходимости их получения	2012	56,7%	↑8,2 п.п.	52,1%	↑9,5 п.п.
		2016	64,9%		61,6%	
9.	Доля лиц, совершающих интернет-платежи раз в месяц и чаще	2012	7,8%	↑13,1 п.п.	6,8%	↑15,1 п.п.
		2016	20,9%		21,9%	
10.	Доля лиц, совершающих платежи с использованием мобильного телефона раз в месяц и чаще	2012	11,1%	↑2,4 п.п.	10,4%	↑1,9 п.п.
		2016	13,5%		12,3%	
11.	Доля лиц, осуществляющих оплату товаров и услуг с использованием банковской карты	2012	27,5%	↑11,8 п.п.	26,2%	↑11,2 п.п.
		2016	39,3%		37,4%	
<i>Пользование кредитами</i>						
12.	Доля лиц, пользующихся услугами кредитования	2012	17,8%	↑5,2 п.п.	19,1%	↑4,4 п.п.
		2016	23,0%		23,5%	
13.	Доля лиц, имеющих кредитную карту	2012	9,5%	↓1,2 п.п.	10,2%	↓1,3 п.п.
		2016	8,3%		8,9%	
14.	Доля лиц, использующих овердрафт	2012	11,3%	↓3,4 п.п.	12,4%	↓5,5 п.п.
		2016	7,9%		6,9%	
<i>Сбережения</i>						
15.	Доля лиц, хранящих сбережения, накопления в финансовых учреждениях	2012	16,4%	↓2,8 п.п.	19,4%	↓7,7 п.п.
		2016	10,3%		11,7%	
<i>Продолжение Таблицы 3 – на следующей странице</i>						

<i>Страхование</i>						
16.	Доля лиц, пользующихся услугами страхования	2012	58,0%	↑1,5 п.п.	51,6%	↑0,3 п.п.
		2016	59,5%		51,9%	

за исследуемый период наблюдался рост значений указанного показателя

за исследуемый период наблюдалось снижение значений указанного показателя

за исследуемый период значение указанного показателя не изменилось или изменилось менее чем на 2%

### **Общий портрет мужского населения**

#### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди мужчин довольно высок: более 36% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем и отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация заметно хуже: хороший и отличный уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали чуть более 14% опрошенных.

В период с 2013 по 2016 годы произошел значительный рост первого показателя (на 16,8 п.п.) и небольшое снижение второго (на 2,8 п.п.).

Мужчины недооценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» и «отличный», составляет чуть более 16%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов не изменилась.

#### Потребность в информации, касающейся финансов

29,7% опрошенных не заинтересованы в получении дополнительной информации о каких-либо финансовых продуктах. Среди финансовых продуктов, о которых респонденты хотели бы узнать больше, лидируют кредит на строительство, покупку жилья (25,1%), потребительский кредит (22,2%) и вкладной счет (16,5%).

29,7% респондентов не заинтересованы в получении дополнительной информации по различным аспектам управления персональными финансами. Среди тем, которые респондентам все же было бы интересно изучать, наиболее распространенными являются законодательная система защиты прав потребителей (25,6%) и информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (24,7%).

#### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

При выборе финансовой услуги мужчины чаще всего прислушиваются к советам друзей, знакомых (46%) либо находят информацию в интернете (43,1%).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года чуть более 75% респондентов-мужчин имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета относятся получение заработной платы (79,9%) и оплата счетов (31,7%). Отказ от использования личного счета в банке, как правило, вызван отсутствием средств (33,7%), наличием банковского счета у других членов семьи (21,5%) и предпочтением хранить наличные дома (21,3%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов увеличилась на 5,3 п.п. За указанный период мужчины стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов (на 20,7 п.п.) и реже – для безопасного хранения денег (на 13,2 п.п.).

### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 92,1% опрошенных, услугами интернет-банка – 36,7%, мобильным банком – 23,7%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 3,2 п.п., интернет-банка – на 24,9 п.п., мобильного банка – на 9,7 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, получают их в банкоматах (64,9%). За исследуемый период доля мужчин, прибегающих к данному способу получения наличных средств, увеличилась на 8,2 п.п.

13,0% опрошенных совершают интернет-платежи несколько раз в месяц, 7,9% – ежемесячно, 70,2% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 13,1 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 16,6 п.п.

8,8% опрошенных совершают платежи с использованием мобильного телефона несколько раз в месяц, 4,6% – раз в месяц, 80% никогда не оплачивают товары либо услуги указанным способом. За исследуемый период отмечается небольшое увеличение частоты платежей с использованием мобильного телефона: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период увеличилась на 2,4 п.п.

Как правило, мужчины оплачивают счета наличными деньгами на почте (53,9%) и в банке (49,9%), а также перечислением средств с банковской карты (39,3%). За исследуемый период число опрошенных, прибегающих к последнему способу оплаты счетов, увеличилось в 1,4 раза (прирост равен 11,8 п.п.).

### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 23% мужчин. Отказ от использования кредитов, как правило, вызван высокими кредитными ставками (45,2%), нежеланием никому быть должным (36,5%) и нехваткой денег для выплат по кредитам (26,4%).

За период с 2012 по 2016 годы респонденты стали чаще пользоваться услугами кредитования (↑5,2 п.п.). Увеличение числа респондентов, отказавшихся от услуг кредитования по причине слишком высоких кредитных ставок, составило 19 п.п., по причине нежелания никому быть должными – 15,8 п.п.

8,3% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

пользователей кредитных карт не изменилась.

Овердрафтом пользуются 7,9% опрошенных; частота обращений за получением данной услуги уменьшилась незначительно (на 3,4 п.п).

### Сбережения

Только 10,4% опрошенных мужского пола хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (51,5%) и безопасное хранение денег (42,7%).

Доля лиц, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, незначительно уменьшилась (↓2,8 п.п.). Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже использовать счет для безопасного хранения денег и чаще – для получения начислений по вкладам, накопления денег на крупную покупку, на будущие расходы, на «черный» день.

### Страхование

59,5% опрошенных пользуются услугами страхования. Как правило, люди предпочитают страховать свои транспортные средства (41,2%) и имущество (31,8%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 9,9% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называет потребность в защите (55%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, вызван отсутствием необходимости (69,2%).

Распространенность услуг страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом не изменилась. Среди пользователей услуги добровольного страхования жизни наблюдается повышение популярности мотивов необходимости защиты и примера собственного окружения (на 6,7 п.п по каждому из указанных мотивов).

## **Общий портрет женского населения**

### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди женщин довольно высок: свыше 36% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем и отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация заметно хуже: хороший и отличный уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали чуть более 13% опрошенных.

В период с 2013 по 2016 годы произошел рост обоих показателей, однако величина изменений была различной: если прирост числа женщин, хорошо и отлично справившихся с тестом по финансовой математике, составил 21,6 п.п., то увеличение данного показателя для теста по финансовой осведомленности составило всего 2 п.п.

Женщины часто недооценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» и «отличный», составляет чуть



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

более 19%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности респондентов увеличилась на 5,7 п.п.

#### Потребность в информации, касающейся финансов

29,9% опрошенных женщин не заинтересованы в получении дополнительной информации о каких-либо финансовых продуктах. Среди продуктов финансового рынка, о которых респонденты хотели бы узнать больше, лидируют кредит на строительство, покупку жилья (25,1%), потребительский кредит (20,5%) и вкладной счет (17,9%).

29% опрошенных не заинтересованы в получении дополнительной информации по различным аспектам управления персональными финансами. Среди тем, которые им все же интересно было бы изучать, наиболее популярны следующие: информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (26,3%), и законодательная система защиты прав потребителей (26,1%).

#### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

При выборе финансовой услуги женщины чаще всего обращаются к советам друзей, знакомых (45,6%) и к интернет-источникам (36,5%).

#### Наличие счета в банке

74% опрошенных женщин имеют счет в банке. К основным мотивам открытия счета относятся получение заработной платы (72,8%) и оплата счетов (35,9%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (33,3%), предпочтение хранить наличные дома (24,4%) и отсутствие преимуществ (21%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов среди женского населения увеличилась на 5,7 п.п. Женщины стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов (увеличение на 24,1 п.п.) и реже для безопасного хранения денег (снижение на 12,1 п.п.).

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 89,9% женщин, услугами интернет-банка – 36,6%, мобильным банком – 21,9%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 4 п.п, услуги интернет-банка – на 26,9 п.п., мобильного банка – на 9,1 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, получают их в банкоматах (61,6%). За исследуемый период число респондентов, прибегающих к данному способу получения наличных средств, увеличилось на 9,5 п.п.

12,6% опрошенных совершают интернет-платежи несколько раз в месяц, 9,3% – раз в месяц, 70,8% – никогда. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 15,1 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 18,4 п.п.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

8,2% опрошенных совершают платежи с использованием мобильного телефона несколько раз в месяц, 4,1% – раз в месяц, 82% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. За исследуемый период частота платежей с использованием мобильного телефона не изменилась.

Как правило, женщины оплачивают счета наличными деньгами на почте (57,3%) и в банке (48,8%), а также перечислением средств с банковской карты (37,4%). За исследуемый период число опрошенных, прибегающих к последнему способу оплаты счетов, увеличилось в 1,4 раза (прирост равен 11,2 п.п.).

### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 23,5% опрошенных. Отказ от использования услуг кредитования женщины чаще всего объясняют слишком высокими кредитными ставками (46,1%), нежеланием никому быть должными (37,1%) и нехваткой денег для выплат по кредитам (29,4%).

За период с 2012 по 2016 годы услугами кредитования респонденты стали пользоваться немного чаще (увеличение на 4,4 п.п.). Структура мотивов отказа от использования кредитов изменилась следующим образом. Число респондентов, отказавшихся от услуг кредитования по причине слишком высоких кредитных ставок, увеличилось на 18,8 п.п., по причине нежелания никому быть должным – на 18,7 п.п.

8,9% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт не изменилась.

Овердрафтом пользуются 6,9% опрошенных; за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги уменьшилась на 5,5 п.п.

### Сбережения

Только 11,7% опрошенных женщин хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (49,6%) и безопасное хранение денег (44,9%).

Доля женщин, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, за последние несколько лет сократилась на 7,7 п.п. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для безопасного хранения денег и чаще задумываться об использовании счета для получения начислений по вкладам.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

### Страхование

51,9% опрошенных пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения в страховые компании является желание воспользоваться услугами страхования имущества (38,1%) и автомобиля (18,5%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 11,1% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называет потребность в защите (60,7%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (66,8%).

Распространенность услуг страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом не изменилась.

### **Тип населенного пункта**

Между проживанием в населенном пункте определенного типа, с одной стороны, и показателями финансовой грамотности и финансового поведения, с другой, существует достаточно сильная взаимосвязь. Сельские жители, как правило, демонстрируют более низкий в сравнении с горожанами и жителями городских поселков уровень владения финансовыми вопросами и в меньшей степени вовлечены в процессы, протекающие на финансовых рынках страны. Кроме того, процесс улучшения названных показателей среди городского населения по большинству показателей протекает быстрее, чем среди сельчан. В рамках данного раздела мы рассмотрим эту ситуацию более подробно (*Таблица 4*).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

**Таблица 4. Динамика основных показателей финансовой грамотности и финансового поведения для разных типов населенных пунктов**

	Наименование показателя	Год	Тип населенного пункта					
			Город		Поселок городского типа		Село	
			значение	изменение	значение	изменение	значение	изменение
<i>Финансовая грамотность и осведомленность</i>								
1.	Доля лиц, справившихся с тестом по финансовой математике на хорошем и отличном уровне*	2013	18,3%	↑ 21,2 п.п.	-----	12,2%	↑ 14,9 п.п.	
		2016	39,5%			27,1%		
2.	Доля лиц, справившихся с тестом по финансовой осведомленности на хорошем и отличном уровне*	2013	13,8%	↑ 0,8 п.п.		14,7%	↓ 2,9 п.п.	
		2016	14,6%			11,8%		
3.	Доля лиц, оценивающих свой уровень финансовой грамотности как «хороший» и «отличный»*	2013	15,2%	↑ 3,9 п.п.		13,9%	↑ 2,2 п.п.	
		2016	19,1%			16,1%		
<i>Пользование банковскими счетами</i>								
4.	Доля лиц, имеющих личный счет в банке	2012	77,5%	↑ 4,3 п.п.	76,9%	↑ 1,8 п.п.	59,6%	↑ 7,3 п.п.
		2016	81,8%		78,7%		66,9%	
<i>Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания</i>								
5.	Доля лиц, использующих дебетовую карту	2012	91,6%	↑ 1,5 п.п.	89,4%	↓ 0,7 п.п.	81,7%	↑ 7,5 п.п.
		2016	93,1%		88,7%		89,2%	
6.	Доля лиц, использующих интернет-банк	2012	12,7%	↑ 29,6 п.п.	11,3%	↑ 25,8 п.п.	8,1%	↑ 22,1 п.п.
		2016	42,3%		37,1%		30,2%	
<i>Продолжение Таблицы 4 – на следующей странице</i>								
7.	Доля лиц, использующих мобильный банк	2012	15,1%	↑ 11,1 п.п.	13,4%	↑ 10,0 п.п.	11,4%	↑ 7,3 п.п.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

		2016	26,2%		23,4%		18,7%	
8.	Доля лиц, снимающих деньги в банкомате при необходимости их получения	2012	66,1%	↑ 6,7 п.п.	63,1%	↑ 3,7 п.п.	41,6%	↑ 11,8 п.п.
		2016	72,8%		66,8%		53,4%	
9.	Доля лиц, совершающих интернет-платежи раз в месяц и чаще	2012	9,4%	↑ 17,5 п.п.	9,9%	↑ 14,1 п.п.	4,5%	↑ 11,3 п.п.
		2016	26,9%		24,0%		15,8%	
10.	Доля лиц, совершающих платежи с использованием мобильного телефона раз в месяц и чаще	2012	12,6%	↑ 3,4 п.п.	11,4%	↑ 2,8 п.п.	8,9%	↑ 0,8 п.п.
		2016	16,0%		14,2%		9,7%	
11.	Доля лиц, осуществляющих оплату товаров и услуг с использованием банковской карты	2012	34,6%	↑ 11,6 п.п.	33,4%	↑ 7,7 п.п.	18,2%	↑ 12,1 п.п.
		2016	46,2%		41,1%		30,3%	

#### Пользование кредитами

12.	Доля лиц, пользующихся услугами кредитования	2012	21,7%	↑ 4,0 п.п.	20,4%	↑ 1,7 п.п.	15,2%	↑ 6,1 п.п.
		2016	25,7%		22,1%		21,3%	
13.	Доля лиц, имеющих кредитную карту	2012	12,3%	↓ 1,3 п.п.	11,1%	↓ 4,3 п.п.	7,5%	↓ 0,5 п.п.
		2016	11,0%		6,8%		7,0%	
14.	Доля лиц, использующих овердрафт	2012	13,1%	↓ 6,0 п.п.	13,0%	↓ 4,9 п.п.	10,3%	↓ 3,0 п.п.
		2016	7,1%		8,1%		7,3%	

#### Сбережения

15.	Доля лиц, хранящих сбережения, накопления в финансовых учреждениях	2012	20,5%	↓ 7,8 п.п.	15,6%	↓ 4,9 п.п.	16,5%	↓ 6,9 п.п.
		2016	12,7%		10,7%		9,6%	

Продолжение Таблицы 4 – на следующей странице

#### Страхование

16.	Доля лиц, пользующихся услугами страхования	2012	50,4%	↑ 5,8 п.п.	54,7%	↓ 7,1 п.п.	58,1%	↑ 1,5 п.п.
-----	---	------	-------	------------	-------	------------	-------	------------



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

	2016	56,2%		47,6%		56,6%	
--	------	-------	--	-------	--	-------	--

- за исследуемый период наблюдался рост значений указанного показателя
- за исследуемый период наблюдалось снижение значений указанного показателя
- за исследуемый период значение указанного показателя не изменилось или изменилось менее чем на 2%

\* В бланке интервью исследований «Анализ и оценка спроса на финансовые услуги со стороны населения в Республике Беларусь» (2013 г.) и «Финансовая грамотность населения Республики Беларусь: факты и выводы» (2016 г.) отсутствовал вариант поселок городского типа, поэтому в таблице не представлены данные о самооценке уровня финансовой грамотности, оценке уровня финансовой грамотности по финансовой математике, оценке уровня финансовой грамотности по финансовой осведомленности, темах управления персональными финансами, дополнительной информации о финансовых услугах и источниках информации при выборе финансовых учреждений для данного типа населенного пункта.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## Общий портрет населения городов

### Уровень финансовой грамотности

Уровень владения финансовыми вопросами среди представителей городского населения довольно высок: свыше 40% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем либо отличном уровне. Что касается финансовой осведомленности, то здесь ситуация заметно хуже: хороший и отличный уровень владения соответствующими темами из области финансов продемонстрировали 14,6% опрошенных.

В период с 2013 по 2016 годы произошел существенный рост первого показателя (доля респондентов, хорошо либо отлично справившихся с тестом по финансовой математике, увеличилась на 21,2 п.п.), в то время как уровень финансовой осведомленности остался на прежнем уровне.

Респонденты недооценивают уровень своего владения финансовыми вопросами: доля опрошенных, охарактеризовавших его как «хороший» или «отличный», составляет 19,1%. За исследуемый период доля позитивных самооценок уровня финансовой грамотности горожан повысилась на 3,9 п.п.

### Потребность в информации, касающейся финансов

Основными финансовыми продуктами, о которых респонденты хотели бы узнать больше, являются кредит на строительство, покупку жилья (26,2%), потребительский кредит (21,7%) и вкладной счет (18,7%).

Из тем, по которым респондентам хотелось бы расширить свои знания, наиболее популярны: законодательная система защиты прав потребителей (28,0%) и информация, на которую надо обращать внимание во время подписания договора с банком (28,1%).

### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

Выбирая финансовую услугу, жители городов чаще всего обращаются за информацией в интернет (47,7%), к друзьям и знакомым (42,9%), к штатным консультантам финансовых учреждений, предоставляющих интересующую их услугу (23,4%), или получают ее из рекламы (21,2%).

### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года 81,8% респондентов-горожан имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета для представителей данной группы относятся получение заработной платы (75,6%) и оплата счетов (37,0%). Наиболее распространенным мотивом отказа от использования личного счета в банке является отсутствие средств (34,5%) и предпочтение хранить наличные дома (20,4%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов возросла на 4,3 п.п. За указанный период городское население стало чаще использовать банковские счета для оплаты счетов (если в 2012 году таких было 12,2% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году - 37,0%) и реже – для безопасного хранения денег (уменьшение на 9,9 п.п.).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 93,1% опрошенных, услугами интернет-банка – 42,3%, мобильным банком – 26,2%.

Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период изменилась несущественно. Услугой интернет-банка опрошенные стали пользоваться в 3,3 раза чаще (величина прироста составила 29,6 п.п.). Мобильный банк стал востребован в 1,7 раза чаще (прирост равен 11,1 п.п.). В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, получают их в банкоматах (72,8%). За указанный период охват респондентов этой финансовой услугой повысился на 6,7 п.п.

26,9% опрошенных совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще, 6,8% – несколько раз в год и реже, 63,3% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 17,5 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 22,2 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 16,0% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще, 6,5% – раз в год и реже, 76,9% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. Рост частоты платежей с использованием мобильного телефона тоже имеет место, но существенным его назвать нельзя. В данном случае доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период увеличилась на 3,4 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, снизилась на 5,4 п.п.

Наиболее часто жители городов оплачивают свои счета наличными деньгами в банке или на почте (соответственно 56,3% и 46,5%), а также перечислением средств с банковской карты (46,2%). За исследуемый период довольно заметно возросла доля лиц, оплачивающих счета посредством перечисления денег с банковской карты (увеличение на 11,6 п.п.).

### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 25,7% горожан. Отказ от использования кредитов опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими кредитными ставками (49,1%), нежеланием никому быть должными (36,1%) и нехваткой денег для выплаты кредитных обязательств (28,4%).

За период с 2012 по 2016 годы услугами кредитования респонденты стали пользоваться несколько чаще (увеличение на 4,0%).

11,0% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт практически не изменилась.

Овердрафтом пользуются 7,1% опрошенных, частота обращений за получением данной услуги за последние несколько лет сократилась на 6,0 п.п.

### Сбережения



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

12,7% горожан хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение начислений на размещенные в банке средства (53,8%) и безопасное хранение денег (45,2%).

Доля городских жителей, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, сократилась на 7,8 п.п. Произошли некоторые изменения и в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали чаще говорить о своих счетах как об инструменте приумножения своих средств: доля лиц, упомянувших именно об этом мотиве использования сберегательного счета, повысилась почти на 24 п.п.

### Страхование

56,2% опрошенных данной группы пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения горожан в страховые компании является желание воспользоваться услугами страхования автомобиля (33,1%) и собственной жизни (31,7%). Большинство пользователей услуги добровольного страхования жизни в качестве основного мотива обращения в данном виду услуг называют потребность в защите (61,3%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (66,8%). Распространенность конкретных страховых продуктов (автострахование, страхование имущества, жизни и т.д.) в 2016 году по сравнению с 2012 годом изменилась несущественно.

## **Общий портрет населения поселков городского типа**

### Наличие счета в банке

Почти 80% респондентов имеют счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке для людей, проживающих в городских поселках, относятся безопасное хранение денег (73,6%) и оплата счетов (38,2%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (32,1%) и предпочтение хранить наличные средства дома (29,5%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов существенно не изменилась. За указанный период люди стали реже использовать банковские счета для безопасного хранения денег (на 16,4 п.п.) и чаще – для оплаты счетов: если в 2012 году таких было 13,1% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году – 38,2%.

### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 88,7% опрошенных, услугами интернет-банка – 37,1%, мобильным банком – 23,4%.

Доля пользователей дебетовых карт за исследуемый период осталась неизменной. Распространенность использования интернет-банка и мобильного банка повысилась на 25,8 п.п. и 10 п.п. соответственно. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, снимают их в банкомате (66,8%), причем охват



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

данной услугой продолжает расти, хотя и не слишком быстрыми темпами (увеличение на 3,7 п.п.).

Каждый четвертый опрошенный совершает интернет-платежи раз в месяц и чаще, 6,0% – несколько раз в год и реже, 68,0% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 14,1 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 14,9 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 14,2% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще, 6,1% – раз в год и реже, 79,2% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. Наблюдается небольшой рост частоты платежей с использованием мобильного телефона: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период увеличилась на 2,8 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, снизилась на 3,6 п.п.

Наиболее часто жители поселков оплачивают свои счета наличными деньгами в банке или на почте (49,2% и 48,3% соответственно), а также перечислением средств с банковской карты (41,1%). За исследуемый период снизилась доля лиц, оплачивающих счета наличными деньгами в отделении банка (на 9,5 п.п.), и возросла доля лиц, оплачивающих счета посредством перечисления денег с банковской карты (на 7,7 п.п.).

#### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 22,1% опрошенных. От использования услуг кредитования людей удерживают, прежде всего, высокие ставки по кредитам (45,7%) и нежелание быть никому должными (40,0%). За период с 2012 по 2016 годы охват услугами кредитования практически не изменился.

6,8% опрошенных имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт снизилась на 4,3 п.п.

Овердрафтом пользуются 8,1% населения поселков, за исследуемый период охват данной услугой сократился на 4,9 п.п.

#### Сбережения

10,7% респондентов доверяют финансовым учреждениям хранение своих сбережений. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (56,8%) и безопасное хранение денег (37,9%).

Доля опрошенных, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, за последние несколько лет сократилась на 4,9 п.п.

#### Страхование

47,6% опрошенных пользуются услугами страхования. Наиболее распространенными среди представителей данной группы являются страхование



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

имущества (29,0%) и страхование автомобиля (24,6%). Большинство пользователей услуги добровольного страхования жизни в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (60,2%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (72,7%).

Охват услугами страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом снизился на 7,1 п.п. Представители данной группы чаще стали обращаться за страховыми услугами в связи с осознанием необходимости защиты (увеличение на 19,3 п.п.).

### **Общий портрет сельского населения**

#### Уровень финансовой грамотности

27,1% опрошенных разбираются в вопросах финансовой математики на хорошем либо отличном уровне, 23,5% – на удовлетворительном, 32,5% – на неудовлетворительном, у 16,9% знания из области финансовой математики отсутствуют. В отношении финансовой осведомленности ситуация хуже: хороший и отличный уровень владения соответствующими темами продемонстрировали 11,8% сельчан, в то время как 18,5% с вопросами теста по финансовой осведомленности справились удовлетворительно, 42,5% – неудовлетворительно, а 26,9% показали отсутствие у себя таких знаний.

В период с 2013 по 2016 годы произошел рост первого показателя (прирост числа респондентов, хорошо либо отлично справившихся с тестом по финансовой математике, составил 14,9 п.п.), в то время как уровень финансовой осведомленности, наоборот, снизился (на 2,9 п.п.).

Что касается самооценок респондентами своего уровня финансовой грамотности, то хорошим или отличным его назвали 16,1%, удовлетворительным – 48,1%, неудовлетворительным – 19,9%, а 12,5% считают, что совсем не разбираются в вопросах финансов. За исследуемый период наметилась тенденция к росту доли позитивных самооценок уровня финансовой грамотности сельчан (доля респондентов, оценивающих свой уровень как «хороший» либо «отличный», возросла на 2,2 п.п., как «неудовлетворительный» – снизилась на 8,3 п.п.).

#### Потребность в информации, касающейся финансов

Наибольшая доля опрошенных (свыше 30%) не заинтересованы в расширении своих знаний ни по одной из тем, касающихся управления личными финансами и принципов работы финансовой системы в целом и различных ее сегментов. 32,5% не нуждаются в дополнительной информации о каких-либо финансовых продуктах или услугах.

Среди тех респондентов, которые все же хотели бы расширить свои знания в данной сфере, преобладает ориентация на получение дополнительной информации о законодательной системе защиты прав потребителей (19,7%), о том, на что надо обращать внимание во время подписания договора с банком (18,4%), и о работе пенсионной системы (15,6%). Что касается финансовых услуг, то сельчане в наибольшей степени



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

заинтересованы в расширении своих знаний о кредитах на строительство и покупку жилья (22,0%), а также о потребительском кредите (19,9%).

#### Основные каналы получения информации при выборе финансовой услуги

Выбирая финансовую услугу, жители сельских населенных пунктов, как правило, обращаются за информацией к друзьям и знакомым (40,4%) и к интернет-источникам (29,7%), а также пользуются советами штатных консультантов финансовых учреждений, предоставляющих необходимую услугу (17,6%), и информационными материалами финансовых учреждений (17,9%).

#### Наличие счета в банке

66,9% респондентов имеют счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке относятся безопасное хранение денег (77,2%) и оплата счетов (29,4%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (33,1%) и предпочтение хранить наличные средства дома (23,3%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов возросла на 7,3 п.п. За указанный период люди стали реже использовать банковские счета для безопасного хранения денег (на 14,3 п.п.) и чаще – для оплаты счетов: если в 2012 году таких было 9,9% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году – 29,4%.

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 89,2% опрошенных, услугами интернет-банка – 30,2%, мобильным банком – 18,7%.

Охват дебетовыми картами, интернет-банком и мобильным банком за исследуемый период повысился на 7,5 п.п., 22,1 п.п. и 7,3 п.п. соответственно. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты чаще всего снимают их в банкомате (53,4%), охват данной услугой повысился на 11,8 п.п.

15,8% сельчан совершают интернет-платежи раз в месяц и чаще, 4,2% – несколько раз в год и реже, 77,6% никогда не совершали эту операцию. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 11,3 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 14,0 п.п.

Что касается платежей с использованием мобильного телефона, то 9,7% опрошенных осуществляют их раз в месяц и чаще, 4,2% – раз в год и реже, 85,3% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. За указанный период заметного роста частоты данного вида платежей не наблюдалось.

Наиболее часто сельчане оплачивают свои счета наличными деньгами на почте (65,8%), а также наличными в отделении банка (42,9%). За исследуемый период возросла доля лиц, оплачивающих счета посредством перечисления денег с банковской карты (на 12,1 п.п.).

#### Пользование кредитами



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Услугами кредитования пользуются 21,3% жителей села. От использования кредитов людей удерживают, прежде всего, высокие ставки по кредитам (42,7%) и нежелание быть никому должными (36,7%). За период с 2012 по 2016 годы охват услугами кредитования вырос на 6,1 п.п.

7,0% опрошенных имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт осталась практически неизменной.

Овердрафтом пользуются 7,3% населения сельских населенных пунктов, за исследуемый период охват данной услугой сократился на 3,0 п.п.

### Сбережения

9,6% респондентов доверяют финансовым учреждениям хранение своих сбережений. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (44,3%) и безопасное хранение денег (43,7%).

Доля опрошенных, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, за последние несколько лет сократилась на 6,9 п.п.

### Страхование

56,6% опрошенных пользуются услугами страхования. Наиболее распространенными среди представителей данной группы являются страхование имущества (40,4%) и автомобиля (26,0%). Большинство пользователей услуги добровольного страхования жизни в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (54,1%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (67,3%).

Охват услугами страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом существенно не изменился. Представители данной группы чаще стали обращаться за страховыми услугами по примеру своего окружения (на 9,0 п.п.).

## **Статус занятости**

В рамках данного раздела мы рассмотрим состояние и динамику основных показателей финансового поведения за последние несколько лет для разных групп населения в зависимости от статуса занятости (*Таблица 5*).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

**Таблица 5. Динамика основных показателей финансовой грамотности и финансового поведения для разных групп по статусу занятости<sup>1</sup>**

	Наименование показателя	Год	Статус занятости			
			Безработные		Работающие	
			значение	изменение	значение	изменение
<i>Пользование банковскими счетами</i>						
1.	Доля лиц, имеющих личный счет в банке	2012	38,0%	↓5,2 п.п.	84,5%	↑8,6 п.п.
		2016	32,8%		93,1%	
<i>Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания</i>						
2.	Доля лиц, использующих дебетовую карту	2012	78,8%	↑13,4 п.п.	91,8%	↑4,2 п.п.
		2016	92,2%		96,0%	
3.	Доля лиц, использующих интернет-банк	2012	10,6%	↑30,6 п.п.	11,5%	↑29,0 п.п.
		2016	40,0%		40,5%	
4.	Доля лиц, использующих мобильный банк	2012	8,6%	↑12,3 п.п.	14,5%	↑10,5 п.п.
		2016	20,9%		25,0%	
5.	Доля лиц, снимающих деньги в банкомате при необходимости их получения	2012	35,5%	↓1,3 п.п.	69,6%	↑13,9 п.п.
		2016	34,2%		83,5%	
6.	Доля лиц, совершающих интернет-платежи раз в месяц и чаще	2012	3,0%	↑4,7 п.п.	4,2%	↑13,0 п.п.
		2016	7,7%		17,2%	
7.	Доля лиц, совершающих платежи с использованием мобильного телефона раз в месяц и чаще	2012	2,3%	↑2,0 п.п.	8,5%	↑3,0 п.п.
		2016	4,3%		11,5%	
8.	Доля лиц, осуществляющих оплату товаров и услуг с использованием банковской карты	2012	11,6%	↑5,2 п.п.	35,0%	↑16,1 п.п.
		2016	16,8%		51,1%	
<i>Пользование кредитами</i>						
9.	Доля лиц, пользующихся услугами кредитования	2012	10,3%	↑3,9 п.п.	24,3%	↑7,3 п.п.
		2016	14,2%		31,6%	
10.	Доля лиц, имеющих кредитную карту	2012	4,3%	↓0,9 п.п.	13,0%	↓0,4 п.п.
		2016	3,4%		12,6%	
11.	Доля лиц, использующих овердрафт	2012	4,6%	↑3,2 п.п.	13,4%	↓4,9 п.п.
		2016	7,8%		8,5%	
<i>Сбережения</i>						
12.	Доля лиц, хранящих сбережения, накопления в финансовых учреждениях	2012	9,8%	↓4,1 п.п.	19,7%	↓8,7 п.п.
		2016	5,7%		11,0%	
<i>Продолжение Таблицы 5 – на следующей странице</i>						
<i>Страхование</i>						

<sup>1</sup> В бланке интервью исследований «Анализ и оценка спроса на финансовые услуги со стороны населения в Республике Беларусь» (2013 г.) и «Финансовая грамотность населения Республики Беларусь: факты и выводы» (2016 г.) отсутствовал вопрос о статусе занятости, поэтому в таблице не представлены данные о самооценке уровня финансовой грамотности, оценке уровня финансовой грамотности по финансовой математике, оценке уровня финансовой грамотности по финансовой осведомленности, темах управления персональными финансами, дополнительной информации о финансовых услугах и источниках информации при выборе финансовых учреждений.

13.	Доля лиц, пользующихся услугами страхования	2012	40,3%	↓ 0,1 п.п.	58,6%	↑ 2,6 п.п.
		2016	40,2%		61,2%	

за исследуемый период наблюдался рост значений указанного показателя

за исследуемый период наблюдалось снижение значений указанного показателя

за исследуемый период значение указанного показателя не изменилось или изменилось менее чем на 2%

### Общий портрет безработного населения

#### Наличие счета в банке

На момент опроса 2016 года более 32% опрошенных имели счет в банке. К основным мотивам открытия счета в банке для представителей данной группы относятся оплата счетов (31,3%), удобство обращения с наличными деньгами (23,5%) и безопасное хранение денег (20,0%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (44,1%), наличие счета у других членов семьи (22,0%) и предпочтение хранить наличные дома (19,5%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов снизилась на 5,2 п.п. За указанный период представители данной группы стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов: если в 2012 году таких было 7,9% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году - 31,3%.

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 92,2% опрошенных, услугами интернет-банка – 40,0%, мобильным банком – 20,9%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 13,4 п.п., услуги интернет-банка – на 30,6 п.п., мобильного банка – на 12,3 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты данной группы получают их, как правило, в банкоматах (34,2%). За исследуемый период число респондентов, использующих данный способ получения наличных средств, осталось неизменным.

7,7% опрошенных совершают интернет-платежи несколько раз в месяц, 6,6% – раз в месяц, 82,1% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается некоторое увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 4,7 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 8,3 п.п.

4,3% опрошенных совершают платежи с использованием мобильного телефона несколько раз в месяц, 2,0% – раз в месяц, 89,7% никогда не оплачивают товары либо услуги посредством использования мобильного телефона. За исследуемый период доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, не изменилась.

Основными способами оплаты счетов для представителей данной группы являются оплата наличными деньгами на почте (60,4%) и в банке (44,4%). Перечислением средств с банковской карты оплачивают счета 16,8%. За исследуемый период число опрошенных,



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

прибегающих к данному способу оплаты счетов, увеличилось на 5,2 п.п.

### Пользование кредитами

Услугами кредитования пользуются 14,2% опрошенных группы безработных. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют нехваткой денег для выплат по кредитам (37,3%), слишком высокими кредитными ставками (35,0%) и нежеланием никому быть должными (32,3%).

За период с 2012 по 2016 годы охват услугами кредитования среди безработного населения повысился на 3,9 п.п. Доля лиц, отказавшихся от использования услуг кредитования, для всех указанных мотивов увеличилась. Увеличение числа респондентов, отказавшихся от услуг кредитования по причине слишком высоких кредитных ставок, составило 12,8 п.п., по причине нежелания никому быть должным – 15,7 п.п.

3,4% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт не изменилась.

Овердрафтом пользуются 7,8% опрошенных; за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги увеличилась на 3,2 п.п.

### Сбережения

Только 5,7% опрошенных хранят свои сбережения, накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (60%), безопасное хранение денег (45%), сохранность денег от трат (40%), накопление денег на черный день и будущие расходы (25% по каждому из мотивов).

Доля лиц, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, снизилась на 4,1 п.п. Произошли некоторые изменения и в структуре мотивов использования сберегательных счетов. Респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для безопасного хранения денег, и чаще рассматривать свой вклад как возможность получения дополнительных средств (начислений по вкладам), а также как способ воздержаться от нежелательных трат, отложить деньги на черный день или накопить на будущие расходы.

### Страхование

40,2% опрошенных данной группы пользуются услугами страхования. Наиболее распространенной причиной обращения в страховые компании является желание воспользоваться услугами страхования автомобиля (24,8%) и имущества (19,4%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 8,3% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (68,6%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (66,2%).

Охват услугами страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом не изменился. Среди пользователей услуги добровольного страхования жизни наблюдается повышение



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

частоты обращения к данному виду услуг в связи с осознанием необходимости защиты (на 28,1 п.п.).

### **Общий портрет работающего населения**

#### Наличие счета в банке

Чуть более 93% опрошенных данной группы имеют банковский счет. Работающим гражданам счет нужен, прежде всего, для получения заработной платы (94,7%) и оплаты счетов (36,4%). Наиболее распространенными мотивами отказа от использования личного счета в банке являются отсутствие средств (33%), предпочтение хранить наличные дома (23,7%) и отсутствие преимуществ (23,1%).

В период с 2012 по 2016 годы доля владельцев банковских счетов увеличилась на 8,6 п.п. За указанный период представители данной группы стали чаще использовать банковские счета для оплаты счетов: если в 2012 году таких было 12,3% от общего числа владельцев счетов, то в 2016 году - 36,4%.

#### Пользование услугами дистанционного банковского обслуживания

Дебетовой картой пользуются 96,0% работающих респондентов, услугами интернет-банка – 40,5%, мобильным банком – 25,0%. Распространенность использования дебетовых карт за исследуемый период возросла на 4,2 п.п., интернет-банка – на 29 п.п., мобильного банка – на 10,5 п.п. В случае возникновения потребности в наличных средствах респонденты, как правило, снимают их в банкоматах (83,5%). За исследуемый период число респондентов, получающих наличные средства этим способом, увеличилось на 13,9 п.п.

17,2% опрошенных совершают интернет-платежи несколько раз в месяц, 11,3% – раз в месяц, 60,8% никогда не оплачивают товары либо услуги с использованием интернета. Наблюдается заметное увеличение частоты интернет-платежей за исследуемый период: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги посредством интернета раз в месяц и чаще, возросла на 13,0 п.п., а доля респондентов, никогда не осуществляющих таких платежей, сократилась на 24,9 п.п.

11,5% опрошенных совершают платежи с использованием мобильного телефона несколько раз в месяц, 5,8% – раз в месяц, 75,1% никогда не совершают таких платежей. За исследуемый период отмечается некоторое увеличение частоты платежей с использованием мобильного телефона: доля лиц, оплачивающих покупки или услуги раз в месяц и чаще, за исследуемый период увеличилась на 3,0 п.п.

Основными способами оплаты счетов для представителей данной группы являются оплата наличными деньгами в банке (55,0%), перечисление средств с банковской карты (51,1%) и наличными деньгами на почте (49,9%). За исследуемый период число опрошенных, оплачивающих счета перечислением денег с банковской карты, увеличилось на 16,1 п.п.

#### Пользование кредитами



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Услугами кредитования пользуются 31,6% опрошенных группы. Отказ от использования услуг кредитования опрошенные чаще всего объясняют слишком высокими кредитными ставками (56,7%), нежеланием никому быть должными (36,6%) и нехваткой денег для выплат по кредитам (25%).

За период с 2012 по 2016 годы охват услугами кредитования повысился на 7,3 п.п. Доля лиц, отказавшихся от использования услуг кредитования, для всех указанных мотивов увеличилась. Увеличение числа респондентов, отказавшихся от услуг кредитования по причине слишком высоких кредитных ставок, составило 23,5 п.п., по причине нежелания никому быть должным – 16,2 п.п.

12,6% респондентов имеют кредитную карту. По сравнению с 2016 годом доля пользователей кредитных карт не изменилась.

Овердрафтом пользуются 8,5% опрошенных; за исследуемый период частота обращений за получением данной услуги снизилась на 4,9 п.п..

### Сбережения

Только 11% опрошенных данной группы хранят свои накопления в финансовых организациях. Основными мотивами открытия сберегательного счета являются получение процентных начислений за помещенные во вклад средства (53,2%) и безопасное хранение денег (42,9%).

Доля лиц, хранящих свои сбережения в финансовых учреждениях, снизилась на 8,7 п.п. Произошли некоторые изменения в структуре мотивов использования сберегательных счетов: респонденты стали реже говорить о том, что счет нужен им для безопасного хранения денег, и чаще задумываться об использовании счета для получения начислений по вкладам, для накопления денег на крупную покупку или будущие расходы, для накопления денег на черный день.

### Страхование

61,2% работающих граждан пользуются услугами страхования. Наиболее часто респонденты выбирают такие виды страховых услуг, как страхование автомобиля (38,5%) и имущества (36,6%). Услугой добровольного страхования жизни пользуется 12,7% опрошенных. Большинство пользователей данного вида страхования в качестве основного мотива обращения к данному виду услуг называют потребность в защите (57,3%). Отказ от использования услуг, предоставляемых в рамках данного сегмента финансового рынка, респонденты, как правило, объясняют отсутствием необходимости (69%).

Распространенность услуг страхования в 2016 году по сравнению с 2012 годом немного увеличилась (на 4,2 п.п.).



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## ГЛАВА 2.

### АНАЛИЗ РЕАЛИЗОВАННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

В период с 2012 года по настоящее время в стране проведено и продолжает проводиться множество мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности населения. Данная работа осуществляется при координирующей роли Национального банка, в Уставе которого в качестве одной из его функций закреплена функция по организации работы по повышению финансовой грамотности населения.

В 2013 году Правительством Республики Беларусь и Национальным банком был утвержден План совместных действий государственных органов и участников финансового рынка по повышению финансовой грамотности населения Республики Беларусь на 2013 – 2018 годы.

В рамках данной главы мы рассмотрим наиболее важные из проведенных мероприятий в разрезе конкретных целевых групп, на которые данные мероприятия были ориентированы.

#### ***Целевая группа: экономически активное взрослое население сельских регионов.***

Одной из наиболее активных организаций, реализующих мероприятия, направленные на повышение финансовой грамотности населения страны, является Республиканский микрофинансовый центр (далее – РМЦ).

РМЦ отвечает за выполнение пункта 23 «Проведение мероприятий по повышению финансовой грамотности безработных и начинающих предпринимателей на базе региональных служб занятости» «Плана совместных действий государственных органов и участников финансового рынка по повышению финансовой грамотности населения Республики Беларусь на 2013–2018 годы».

В 2013 году РМЦ провел ряд тренингов «Планируй свое будущее», в результате которых 40 специалистов ЗАО «Идея Банк» ознакомились с методологией организации и проведения мероприятий по финансовой грамотности с различными категориями населения и сами прошли курс «Планируй свое будущее».

Также в 2013 году на базе ГУО «Республиканский институт повышения квалификации и переподготовки работников Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь» прошло 6 аналогичных тренингов для безработных, желающих заняться предпринимательской деятельностью. В ходе названных мероприятий тренинг прошли более 100 человек.

Основная цель курса «Планируй свое будущее» – сформировать у участников понимание необходимости и развить навыки долгосрочного финансового планирования, а также помочь им выработать эффективные модели финансового поведения. Он направлен на расширение диапазона сберегательных возможностей за счет повышения уровня знаний участников о различных способах сбережений. Программа курса построена на использовании интерактивных методик (игры, различные интерактивные упражнения),



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

что позволяет участникам приобрести базовые навыки в области финансового и, в частности, сберегательного поведения уже в ходе тренинга. Участие в тренингах также способствует повышению доверия их участников к финансовым рынкам и, в конечном счете, мотивирует их воспользоваться услугами, предоставляемыми банковским сектором.

Курс «Планируй свое будущее» разработан Центром по микрофинансированию по ЦВЕ и СНГ (Польша) и адаптирован РМЦ с учетом специфических потребностей населения Республики Беларусь. Этот курс могут использовать неправительственные организации и другие структуры, а также финансовые организации в рамках повседневной деятельности как элемент процесса обслуживания потребителей.

Курс «Планируй свое будущее» регулярно получает высокую оценку местных организаций и лидеров стран Центральной и Восточной Европы и СНГ (Польша, Россия, Босния и Герцеговина, Македония, Украина, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Узбекистан). Курс переведен на английский, русский, боснийский, румынский и другие языки, обучение по нему прошли около 1 миллиона человек, а тренерами стали около 400 человек из 21 страны.

С 2014 года по настоящее время в рамках деятельности РМЦ при поддержке Агентства США по международному развитию (USAID) реализуется проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси». Проект нацелен на расширение экономических возможностей сельского населения через повышение финансовой грамотности, улучшение доступа к заемным средствам и развитие предпринимательства.

Целевой группой данного проекта являются владельцы личных подсобных хозяйств, фермеры, ремесленники, субъекты агротуризма, индивидуальные предприниматели, работники и владельцы микропредприятий со штатом до 10 сотрудников из населенных пунктов с численностью населения до 20 тысяч жителей.

Важным этапом реализации проекта стало распространение в регионах международного курса обучения «Планируй свое будущее». Он адаптирован к белорусским условиям и включает в себя методологические и учебные материалы для инструкторов и слушателей, затрагивающие ряд аспектов, включая: долгосрочное планирование финансов в семье, систематическое сбережение, рациональное кредитование и предотвращение семейных финансовых кризисов, финансовые организации и их услуги, проведение переговоров о заимствовании при обращении в финансовую организацию.

Проект был реализован в 121 населенном пункте республики. В ходе этой работы подготовлено 83 инструктора обучающих курсов «Планируй свое будущее» и «Управление долгом» с участием тренеров из Микрофинансового центра по ЦВЕ и СНГ (г. Варшава) (МФЦ). Белорусскими инструкторами проведено 148 семинаров «Планируй свое будущее» и 20 семинаров «Управление долгом» во всех регионах Беларуси для 3033 экономически активных жителей страны.

Обучающиеся на вышеуказанных тренингах - как правило, люди с низким уровнем доходов, для которых финансовое планирование и оптимальная организация бюджета являются одним из важнейших способов стабилизации своего финансового



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

положения. 56% участников и их семей имеют доход ниже социального минимума, а примерно каждый пятый участник утверждает, что его семье часто не хватает средств до получения следующего дохода. Среди участников тренингов 72% женщин и 28% мужчин. Средний возраст участников – 41 год. Среднее количество членов семьи – 3 человека. Основными источниками дохода участников являются постоянная или временная работа, сельскохозяйственные работы, небольшой бизнес и/или пенсия.

До и после тренингов участникам раздаются анкеты для получения информации о влиянии обучения на представления граждан о том, как управлять личными финансами. До проведения тренингов картина была приблизительно следующей: около 1/3 участников не справлялись с упражнением на вычисление годовой процентной ставки по депозиту, не могли правильно указать главные условия сбережения; около 1/4 участников считали, что главным условием накопления средств является высокий доход; больше половины из людей, планирующих свой бюджет, составляли планы доходов и расходов на 1 месяц, 1/5 участников – на срок более года. Но при этом 78% участников не вели письменного учета своих доходов и расходов, каждый четвертый участник не придавал значения безопасности личных сбережений. Уровни доверия банкам и понимания банковской системы услуг были также невысокими: 70% участников выразили мнение о том, что банки используют людей. Около 40% участников не имели сбережений, которые могли бы покрыть ежедневные траты при отсутствии расходов, а больше половины тех, кто делал сбережения, составили люди, которые делают сбережения из суммы, оставшейся после покрытия текущих расходов.

После тренингов установки участников довольно заметно менялись. Так, если перед началом курса почти половина участников считала необходимым планирование своего бюджета лишь на месяц вперед, то после курса уже 70% были убеждены в необходимости сбережений и планировании расходов с перспективой не менее чем на год. Покидая тренинг, люди выражали уверенность в том, что на способность сберечь влияет не только величина дохода, но и четкость поставленных целей, и, даже не располагая большими средствами, можно делать сбережения. Тренинги помогли участникам овладеть базовыми навыками финансового планирования: слушатели курса научились самостоятельно составлять финансовые планы для своих семей. 62% участников выразили готовность планировать свои доходы и расходы, используя полученные на тренинге знания. 64% после тренинга намерены вести письменный учет своих доходов и расходов (почти втрое больше, чем до участия в тренинге). Свыше 50% тех, кто не имел сбережений на непредвиденные расходы, продемонстрировали готовность начать делать такие сбережения. Кроме того, участники стали лучше ориентироваться в предлагаемых финансово-кредитных услугах и выразили желание расширить диапазон используемых ими банковских продуктов. Так, например, соответственно 27% и 29% участников, до тренинга не имевших текущего и депозитного счета, решили открыть данные виды счетов после тренинга.

*Мероприятия, проводимые РМЦ, доказали свою эффективность и, следовательно, имеет смысл продолжать работу по их реализации в рамках следующего Плана по повышению финансовой грамотности населения Беларуси.*



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

### ***Мероприятия, направленные на работу с населением в целом.***

В течение всего исследуемого периода велась активная работа по повышению финансовой грамотности населения страны, в которой принимало участие большое количество организаций, включая: центральный аппарат Национального банка Беларуси и его региональные управления, областные и районные исполнительные комитеты, Министерства и ведомства, ассоциации профессиональных участников финансового рынка, банки, страховые, микрофинансовые, лизинговые организации, учреждения образования, центры занятости, средства массовой информации, профсоюзы, коммерческие, общественные организации и другие участники финансового рынка. В рамках этой работы проводились разноплановые мероприятия, которые охватывали разные возрастные и социальные группы населения. Кроме того, был реализован ряд мер общего характера, ориентированных на широкие слои населения в целом.

### ***Целевая группа: школьники (Таблица 6).***

Наряду со студенческой и учащейся молодежью средних профессиональных учебных заведений, школьники представляют собой одну из целевых групп, на которой за исследуемый период были сконцентрированы наибольшие усилия по повышению уровня финансовой грамотности и осведомленности, формированию навыков финансового поведения. Данная целевая группа лидирует среди остальных и по числу проведенных мероприятий, и по охвату этими мероприятиями разных групп школьников (по возрасту, региону проживания, принадлежности к уязвимым группам).

В мероприятиях по повышению финансовой грамотности в период с 2013 по 2018 годы принимали участие учащиеся младших и старших классов общеобразовательных школ (в том числе, и сельских), гимназий, лицеев; дети, отдыхающие в оздоровительных лагерях; дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей.

Чаще всего в рамках проведенных мероприятий школьники знакомились с основами финансового планирования и сберегательного поведения, основными банковскими услугами и операциями, получали информацию о назначении банковских платежных карточек и принципах обращения с ними.

Как правило, мероприятия проводились в форме обучающих интерактивных занятий (лекций, факультативов, семинаров, открытых уроков, круглых столов, конференций, обучающих встреч, дней открытых дверей в банках, презентаций), а также игр, конкурсов, олимпиад, викторин, экскурсий. Следует отметить, что с каждым годом число обучающих мероприятий возрастало. Они становились все более разнообразными и массовыми.

Одним из наиболее значимых мероприятий, реализованных за исследуемый период, является Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, в которой в 2017 году приняло участие около 3000 учреждений образования и более 500 000 учащихся (включая студентов и учащихся средних профессиональных учебных заведений). Реализация такой масштабной работы стала возможна благодаря объединенным усилиям НБ РБ и его региональных управлений, Министерства образования Республики Беларусь, банков, ассоциаций профессиональных участников финансового рынка и иных



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

организаций. В рамках Недели проводились лекции, презентации, викторины, конкурсы, дни открытых дверей в филиалах банков, информационные часы, открытые уроки и другие мероприятия.

В 2017 году в Минске был реализован пилотный проект «Апробация модели управляемого развития образовательных услуг для формирования и стимулирования самообразовательной деятельности обучающихся средствами информационно-коммуникационных технологий» (Электронная школа), целью которого было внедрение элементов электронного обучения в образовательный процесс, использование новейшей сетевой инфраструктуры в организации обучения.

Важными аспектами деятельности по повышению финансовой грамотности школьников являлось проведение ежегодной Республиканской олимпиады для старшеклассников во всех регионах страны и проведение ежегодного мониторинга уровня финансовой грамотности с целью изучения уровня сформированности у учащихся финансовых знаний; оценки способности учащихся применять финансовые знания и умения при покупках; изучения факторов, влияющих на формирование финансовой грамотности учащихся. Если на начальном этапе мониторинг проводился среди небольших групп учащихся, то в 2016 году в мониторинге приняло участие свыше 950 школьников.

К числу наиболее значимых достижений, полученных за исследуемый период, относится и разработка программы факультативных занятий «Основы финансовой грамотности» для учащихся 8-9 классов, которая также представляет собой базу, необходимую для подготовки учащихся к Республиканской олимпиаде по финансовой грамотности. Программа факультативных занятий по основам финансовой грамотности утверждена Национальным институтом образования Министерства образования Республики Беларусь.

Внимания также заслуживает реализованный Министерством образования Республики Беларусь инновационный проект по формированию финансовой грамотности как одной из компетенций учащихся, который реализовывался в 2016–2017 годы на базе 14 учреждений образования страны.

Кроме того, в последние годы участниками финансового рынка было выпущено несколько детских книг по проблематике финансовой грамотности, в том числе «Денежная азбука», «Дети и деньги. Самоучитель семейных финансов для детей», «Купилка из копилки. Нескучная книга о деньгах», «Финансовая азбука: сказка о потерянной банковской платежной карточке», сборник сказок «Детям о налогах», «Мир денег», «Финансовая грамота», «Твае першыя фінансы», «Грошык і таямнічы кошчык» и т.д.; разработаны настольные экономические игры «Фликса», «Либертекс», «Бизнес-старт». Данные материалы активно использовались при проведении обучающих мероприятий со школьниками.

За исследуемый период проведен ряд информационно-образовательных акций для школьников. Одной из наиболее значимых из них стала республиканская акция Белагропромбанка «Твае першыя фінансы» для учеников 5-ых классов (2013–2017 гг.). В рамках акции все ее участники получали сборник финансовых рассказов на белорусском



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

языке «Твае першыя фінансы». В 2017 году такими мероприятиями было охвачено около 100 тысяч школьников. Также заслуживают внимания такие проекты, как адаптация Ассоциацией белорусских банков к белорусским реалиям образовательной игры «Финансовый футбол» (2013 год – версия 1.0, 2016 год – версия 2.0), которая была предоставлена для использования в Беларуси в образовательных целях компанией Visa, а также создание образовательной игры «Знай свои деньги» (2014, 2016 годы).

Ассоциация белорусских банков совместно с Минским государственным дворцом детей и молодежи провели масштабный конкурс по финансовой грамотности «Юный финансист» среди детей сотрудников банков Беларуси.

ОО «Белорусский республиканский союз молодежи» реализовал проект по развитию молодежной предпринимательской инициативы «вКЛЮЧайся!», в рамках которого были проведены обучающие семинары по составлению бизнес-планов, встречи со специалистами по открытию собственного бизнеса.

ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи» организовал работу центра «Формирование основ экономических знаний и финансовой грамотности», который посещают около 200 учащихся.

Эти и многочисленные другие мероприятия по финансовой грамотности охватили большое количество учащихся школ по всей Беларуси. Подготовка подрастающего поколения в области финансов явилась одной из важных составляющих проводимой в данном направлении работы.

К настоящему моменту мероприятия по повышению финансовой грамотности школьников проводятся при активном участии Национального банка, банков, страховых организаций и других поставщиков финансовых услуг, облисполкомов и райисполкомов, Министерства образования Республики Беларусь, Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь, других министерств и ведомств, ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа», ассоциаций профессиональных участников финансового рынка, учреждений образования, СМИ. За исследуемый период наблюдается повышение активности различных организаций в отношении проведения мероприятий среди школьников. Так, если в 2013 году в реализации таких мероприятий участвовал, в основном, Национальный банк и Ассоциация белорусских банков, то в 2017 году перечень организаций, включенных в эту деятельность, существенно расширился.

***Целевая группа: студенты, учащиеся средних специальных учебных заведений, молодежь (Таблица 7).***

Студенты и учащаяся молодежь – группы, в отношении которых за период с 2013 по 2018 годы велась активная работа по повышению финансовой грамотности и формированию навыков финансового поведения. Мероприятиями были охвачены студенты высших учебных заведений, учащиеся техникумов, профессиональных технических училищ и колледжей, иных учреждений профессионального образования, студенты из числа детей-сирот и иных социально незащищенных категорий, члены БРСМ.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

Наиболее распространенными формами мероприятий, проводимых для данной целевой группы, являлись обучающие лекции, семинары, обучающие встречи, дебаты, олимпиады, конкурсы, турниры, деловые игры и т.п.

Информация, которую получали представители этой группы, охватывала больше тем, связанных с финансами, по сравнению с тем, что предлагалось школьникам. В рамках таких встреч студенты и учащиеся имели возможность расширить свои знания не только об основах финансового планирования, банковских платежных карточках, безналичных платежах, банковских услугах, но и в ряде случаев получить информацию об услугах страхования, узнать больше о системе налогообложения, различных инвестиционных инструментах, микрофинансировании, лизинге, а также изучали основы ведения предпринимательской деятельности.

К наиболее значимым и массовым мероприятиям, реализованным за исследуемый период в отношении данной целевой группы, можно отнести Неделю финансовой грамотности детей и молодежи (Global Money Week, в 2017 году в ней приняло участие свыше 2000 студентов и учащихся средних специальных учебных заведений страны); проведение среди студентов олимпиад «Креативная экономика» и «Финансовая система Республики Беларусь»; проведение экономических игр «Фликса» и «Либертекс», «Бизнес-старт»; фестиваль «Лестница успеха»; конкурс на лучшую работу по экономической тематике среди студентов ВУЗов, а также такие инициативы как конкурс финансово-экономических проектов «Бизнес-идея», бизнес-форум «Ярмарка идей», проект «Школа новых возможностей», конкурс «Я дружу с финансами» и др. Следует отметить, что за исследуемый период мероприятия стали более разнообразными, охват ими разных категорий учащейся молодежи заметно повысился.

К настоящему моменту мероприятия по повышению финансовой грамотности среди студентов проводятся при активном участии Главных управлений Национального банка во всех регионах страны, банков, других поставщиков финансовых услуг, облисполкомов и райисполкомов, Министерства образования Республики Беларусь, Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь, учреждений образования (большую активность в этом вопросе проявили Полесский государственный университет и экономический факультет Белорусского государственного университета), страховых организаций, ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа», Агентство по гарантированному возмещению банковских вкладов (депозитов) физических лиц, платежных систем (БЕЛКАРТ, Visa, Mastercard). За исследуемый период наблюдается повышение активности различных организаций в реализации мероприятий для данной целевой группы. В 2017 году перечень организаций, включенных в эту деятельность, существенно расширился, активно подключились к работе частные компании, общественные объединения.

### ***Целевая группа: люди старшего возраста, пенсионеры (Таблица 8).***

За последние годы в республике был проведен ряд мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности населения старшего и пожилого возраста. Однако назвать эту работу систематической сложно: скорее, можно сказать, что определенные



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

усилия в этом направлении предпринимались, но деятельность по повышению финансовой осведомленности людей старшего и пожилого возраста носила эпизодический, точечный характер. Данная группа населения относится к наименее охваченным указанными мероприятиями, как по количеству самих мероприятий, так и по числу людей, которые приняли в них участие.

Большинство реализованных мероприятий было направлено на работу с людьми старшего и пожилого возраста, пенсионеров, некоторые из них были ориентированы на ветеранов, а также граждан, находящихся в домах-интернатах для престарелых и инвалидов. К числу организаций, реализующих деятельность, направленную на повышение финансовой грамотности представителей данной группы, относятся Главные управления Национального банка по Брестской, Гродненской и Могилевской областям, страховые организации, «Платежная система БЕЛКАРТ», банки (в частности ОАО «АСБ Беларусбанк», ОАО «БПС-Сбербанк», ОАО «Белагропромбанк»).

Как правило, мероприятия проводились в форме обучающих занятий, в ходе которых людям рассказывали о финансовых услугах, доступных для пенсионеров (кредитование, вклады, банковские платежные карточки, страхование жизни и дополнительной пенсии, различные пакеты услуг); некоторые из них носили интерактивный характер и были направлены на формирование какого-либо навыка (например, людей учили пользоваться банкоматами). Кроме того, на ряде интернет-сайтов были размещены публикации и видеоролики, посвященные финансовым продуктам и услугам.

#### ***Целевая группа: работающие (Таблица 15).***

За исследуемый период проведена достаточно масштабная работа, направленная на повышение уровня финансовой грамотности работающего населения. Мероприятиями были охвачены работники предприятий (в том числе руководители разных уровней), сотрудники республиканских органов государственного управления, председатели и работники исполкомов, руководители структурных подразделений банков, педагогический и руководящий состав учреждений образования.

Наиболее часто представители данной целевой группы повышали свой уровень финансовой грамотности в ходе участия в обучающих встречах, которые проводились в форме лекций, семинаров, презентаций и т.п. Они также принимали участие в ознакомительно-познавательных экскурсиях в банки, которые проводились в рамках дней открытых дверей и дней клиента.

Информация, которую получали представители этой группы, как правило, касалась безналичных расчетов и дистанционных форм банковского обслуживания, кредитов и страхования (детского, добровольного медицинского, от несчастных случаев).

К наиболее значимым мероприятиям, реализованным за исследуемый период в отношении данной категории населения, можно отнести занятия по финансовой грамотности, проведенные в рамках курсов повышения квалификации руководителей системы образования (проводились на базе Академии последипломного образования, 2015 г.); школу финансовой грамотности для педагогов школ, колледжей, лицеев с



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

привлечением международных экспертов (2015, 2017 годы); курсы повышения квалификации для работников страховых организаций и органов государственного управления (2015 г.); организация и проведение республиканского семинара с привлечением специалистов Международной организации финансов детей и молодежи «Модели внедрения финансового образования в национальную школьную программу».

В 2017 году Академия управления при Президенте Республики Беларусь запустила образовательный курс для руководителей и специалистов государственных и частных предприятий и организаций, желающих улучшить свои финансовые знания в целях принятия эффективных решений, понимания финансовых возможностей и угроз.

На постоянной основе Министерство антимонопольного регулирования и торговли проводило мероприятия по повышению квалификации работников сферы торговли и сервиса при использовании терминального оборудования. Активно принимали участие в таких мероприятиях представители платежной системы БЕЛКАРТ.

За исследуемый период мероприятия стали более разнообразными, охват ими разных регионов страны, а также разных категорий работников заметно повысился. Если в 2013 году в подготовке и проведении таких мероприятий участвовали, в основном, Национальный банк, представительства нескольких банков, Белгосстрах и Минский горисполком, то в 2017 году перечень организаций, включенных в эту деятельность, существенно расширился. В настоящее время мероприятия по повышению финансовой грамотности работающего населения проводятся при активном участии Национального банка во всех регионах страны, облисполкомов и райисполкомов, Министерства образования Республики Беларусь и учреждений образования, Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь и его инспекции на местах, страховых организаций и банков и иных организаций.

#### ***Целевая группа: безработные (Таблица 16).***

За последние годы был проведен ряд мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности безработного населения страны. Однако, также, как и с людьми пенсионного возраста, назвать эту работу систематической нельзя: скорее можно говорить об усилиях отдельных органов и структур, которые носили довольно локальный характер, поскольку охватывали небольшое число участников, проводились не во всех областях Беларуси и не охватывали весь исследуемый период. По итогам анализа имеющихся данных, данная группа населения относится к наименее охваченной мероприятиями как по количеству самих мероприятий, так и по числу людей, которые приняли в них участие. Кроме того, мероприятия в отношении безработного населения реализовывались только в 2013 и 2014 годах, а в течение последующего периода эта работа не проводилась.

К этим мероприятиям относятся тренинги «Планируй свое будущее», которые проводились РМЦ и были направлены на информирование безработных граждан об основах ведения предпринимательской деятельности, выработку у них базовых навыков планирования и ведения бизнеса.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

На основании анализа мероприятий, реализованных в стране в период с 2013 по настоящее время и направленных на повышение финансовой грамотности населения, можно сделать ряд выводов и предложений.

Во-первых, за указанный период работа по повышению финансовой грамотности населения развивалась активными темпами. Это выражается в постепенном увеличении числа организаторов и участников мероприятий, расширении числа охватываемых ими групп населения.

Во-вторых, этой работе следовало бы придать более стратегический, системный и последовательный характер, более четко сформулировать ее цели и задачи (в целом по населению и по каждой из целевых групп), более четко сориентировать организаторов мероприятий на работу с конкретными группами и достижение определенных целей.

В-третьих, поскольку анализ существующего массива данных и систематизация имеющейся информации, касающейся мероприятий в области повышения финансовой грамотности населения, был затруднен ввиду разнородности данных, существует актуальная потребность в разработке унифицированной формы отчетности для организаций, реализующих такие мероприятия. Наличие такого документа позволило бы получать четкие структурированные сведения о важных характеристиках проводимых мероприятий (целевая группа, охват, организаторы, тематика и т.д.), обобщать эту информацию и эффективно оценивать результаты работы по населению в целом, целевым группам, областям.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 6. Школьники

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, образовательный проект по финансовой грамотности в газете «Комсомольская правда» в Беларуси», республиканская акция «Твае першыя фінансы», адаптация к белорусским реалиям образовательной игры «Финансовый футбол», проект по развитию молодежной предпринимательской инициативы «вКЛЮЧайся!», образовательные тренинги в детских лагерях	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности, «Мобильная школа финансовой грамотности», издание книги «Дети и деньги. Самоучитель семейных финансов для детей», выпуск книги «Денежная азбука», мониторинг уровня финансовой грамотности обучающихся, республиканская акция «Твае першыя фінансы», создание образовательной игры «Знай свои деньги», реализация образовательного проекта по финансовой грамотности «12 денежных уроков» в газете «Переходный возраст», реализация образовательного проекта по	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, республиканская акция «Твае першыя фінансы», выпуск книги «Детям о налогах», адаптация к белорусским реалиям специального проекта Российской экономической школы и выпуск книги «Финансовая грамота», инновационный проект «Предприимчивая школа» (внедрение модели формирования предпринимательских компетенций у учащихся сельской школы), реализация образовательного проекта по финансовой грамотности «12 денежных уроков» в газете «Переходный	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, республиканский семинар «Модели внедрения финансового образования в национальную школьную программу», книга «Купилка из копилки. Нескучная книга о деньгах» (БПС-Сбербанк), республиканская акция «Твае першыя фінансы», выпуск книги «Мир денег (финансовая грамота), адаптация к белорусским реалиям образовательной игры «Финансовый футбол. Версия 2.0», обновление образовательной игры «Знай свои деньги», инновационный проект	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, факультативные учебные программы «Основы экономических знаний» для учащихся 5-11 классов, пилотный проект «Электронная школа», республиканская акция «Твае першыя фінансы», выпуск второй редакции книги «Денежная азбука», выпуск книги «Грошык і таямнічы кошчык. Азбука фінансавай граматы ад «Беларусбанка», выпуск книги «Финансовая азбука. Сказка о потерянной банковской карточке и близнецах Глебушке и Полинке», реализация	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, факультативные учебные программы «Основы экономических знаний» для учащихся 5-11 классов, пилотный проект «Электронная школа», республиканская акция «Твае першыя фінансы», реализация образовательного проекта по финансовой грамотности «12 денежных уроков» в газете «Переходный возраст», конкурс «Занимательная экономика» (Минск), турниры «Бизнес-старт», «За лидером», «Путешествие в Эколандию» (Минск), фестиваль «Лестница



Проект “Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси”, реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

		финансовой грамотности «Финансовая азбука» в журнале «Рюкзачок», образовательные тренинги в детских лагерях, фестиваль «Лестница успеха», Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст»	возраст», реализация образовательного проекта по финансовой грамотности «Финансовая азбука» в журнале «Рюкзачок», фестиваль «Лестница успеха», Международный день сбережений – проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст»	«Предприимчивая школа» (продолжение реализации), реализация образовательного проекта по финансовой грамотности «12 денежных уроков» в газете «Переходный возраст», организация работы центра «Формирование основ экономических знаний и финансовой грамотности», фестиваль «Лестница успеха», Международный день сбережений проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст»	образовательного проекта по финансовой грамотности «12 денежных уроков» в газете «Переходный возраст», фестиваль «Лестница успеха», инновационный проект «Предприимчивая школа» (продолжение реализации)	успеха», инновационный проект «Предприимчивая школа» (продолжение реализации), книга сказок «Детям о налогах»
Основные темы проводимых мероприятий	Планирование личных финансов, банковские карточки, роль денег в жизни человека	Банковские услуги и операции, кредиты, вклады, сбережения, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, страхование, бюджет семьи	Банковские услуги, кредиты, вклады, сбережения, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, планирование личного бюджета, валютные операции, налоги, страхование	Финансовое планирование, банковские услуги и операции, сбережения, дистанционное банковское обслуживание, платежные карты, деноминация белорусского рубля, страхование, налоги	Платежные карты, финансовое планирование и сберегательное поведение, банковские услуги и операции, дистанционное банковское обслуживание, страхование, налоги, безопасность в сети интернет, основы предпринимательской деятельности	Платежные карты, финансовое планирование и сберегательное поведение, банковские услуги и операции, дистанционное банковское обслуживание, страхование, налоги, безопасность в сети интернет, основы предпринимательской деятельности

<p>Основные инструменты</p>	<p>Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, тренинги, открытые уроки, классные часы), посещение музейных экспозиций, игра «Финансовый футбол»</p>	<p>Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, тренинги, открытые уроки, информационные часы, дни открытых дверей в банках), анкетный опрос, игры («Финансовый футбол», «Фликса»), викторины, мультфильмы, олимпиады, экскурсии</p>	<p>Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, вебинары, открытые уроки, круглые столы, конференции, встречи, дни открытых дверей в банках, презентации), анкетный опрос, игры, конкурсы, олимпиады, викторины, экскурсии, ролики, мультфильмы</p>	<p>Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, вебинары, открытые уроки, круглые столы, конференции, встречи, дни открытых дверей в банках, презентации), анкетный опрос, игры, олимпиады, викторины, экскурсии, ролики, инновационные проекты</p>	<p>Учебные программы, обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, открытые уроки, круглые столы, конференции, встречи, дни открытых дверей в банках, презентации), анкетный опрос, игры, олимпиады, викторины, экскурсии, инновационные проекты</p>	<p>Учебные программы, обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, открытые уроки, круглые столы, конференции, встречи, дни открытых дверей в банках, презентации), тематические недели в учреждениях образования, анкетный опрос, игры, олимпиады, викторины, экскурсии, конкурсы, инновационные проекты</p>
<p>Основные организации, проводившие мероприятия</p>	<p>Центральный аппарат НБ РБ (ЦА НБ РБ), ГУ НБ РБ по областям, Министерство образования РБ, Белагропромбанк, Ассоциация белорусских банков, компания «Visa», СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа», ОАО, ОО «Белорусский республиканский союз молодежи», ООО «Игрика», УП «Экспофорум»</p>	<p>ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, банки, Министерство образования РБ, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, ООО «РАЗЛИК», «Хоум Кредит» ОАО, СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа», ООО «Игрика», ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и</p>	<p>ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, банки, Министерство образования, страховые организации, ГАИ, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, Министерство по налогам и сборам РБ, СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского</p>	<p>ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, банки, Министерство образования РБ, страховые организации, учреждения образования, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, компания «Visa», ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства», СМИ, «Белорусская</p>	<p>ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, банки, Министерство образования РБ, страховые организации, учреждения образования, РМЦ, СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства», Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация</p>	<p>ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, банки, Министерство образования РБ, Министерство по налогам и сборам РБ, страховые организации, учреждения образования, РМЦ, СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства», Ассоциация</p>

		развития юношеского предпринимательства, УП «Экспофорум»	предпринимательства, УП «Экспофорум»	валютно-фондовая биржа» ОАО, УП «Экспофорум»	страховщиков	белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков
Целевая группа и количество людей, охваченных мероприятием	Учащиеся школ, гимназий, лицеев (чаще старшекласники), дети, воспитывающиеся в детских домах и интернатных учреждениях	Школьники, дошкольники, дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, дети, отдыхающие в оздоровительных лагерях	Школьники (в том числе, учащиеся сельских школ), дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, дети, отдыхающие в оздоровительных лагерях, дошкольники	Школьники, дети, отдыхающие в оздоровительных лагерях, дошкольники	Учащиеся школ, гимназий, лицеев	Учащиеся школ, гимназий, лицеев, дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 7. Студенты, учащиеся ССУЗов, молодежь

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, адаптация к белорусским реалиям образовательной игры «Финансовый футбол»	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, конкурс на лучшую работу по экономической тематике среди студентов ВУЗов, «Мобильная школа финансовой грамотности», мониторинг уровня финансовой грамотности обучающихся, создание образовательной игры «Знай свои деньги», Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст»	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, конкурс на лучшую работу по экономической тематике среди студентов ВУЗов, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся, выпуск буклета «Финансовая грамотность. Советы», Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст»	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся, акция «Квест ДБО», конкурс на лучшую работу по экономической тематике среди студентов ВУЗов, обновление образовательной игры «Знай свои деньги», Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст»	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся, акция «Квест ДБО», конкурс на лучшую работу по экономической тематике среди студентов ВУЗов, Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст»	Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся, акция «Квест ДБО», конкурс на лучшую работу по экономической тематике среди студентов ВУЗов, Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст»
Основные темы проводимых мероприятий	Безналичные платежи (в основном, банковские карточки), финансовое планирование, принципы функционирования банковской системы, банковские услуги	Банковские услуги и операции, кредиты, вклады, сбережения, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, страхование, бюджет семьи	Банковские услуги и операции, кредиты, вклады, сбережения, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, планирование бюджета, налоги	Безналичный расчет, пластиковые карточки, финансовое планирование, банковские услуги и операции, деноминация белорусского рубля, бюджет семьи, страхование (обязательное и	Безналичный расчет, пластиковые карточки, финансовое планирование и сбережения, банковские услуги и операции, кредитование, страхование (обязательное и добровольное)	Безналичный расчет, пластиковые карточки, финансовое планирование и сбережения, банковские услуги и операции, кредитование, страхование, налоги



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

				добровольное)		
Основные инструменты	Обучающие занятия (лекции, семинары, тренинги, факультативы, информационные часы)	Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, тренинги, презентации), анкетный опрос, экскурсии, конкурс проектов	Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, вебинары, открытые уроки, дни открытых дверей в банках), анкетный опрос, игры, олимпиады, мастер-классы	Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, дебаты, информационные часы, дни открытых дверей в банках, презентации), анкетный опрос, игры, конкурсы, олимпиады	Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, открытые уроки, дни открытых дверей в банках, презентации), встречи, анкетный опрос, конкурсы, олимпиады, игры, экскурсии	Обучающие занятия (лекции, факультативы, семинары, открытые уроки, дни открытых дверей в банках, презентации), тематические недели в учреждениях образования, встречи, анкетный опрос, конкурсы, олимпиады, игры, экскурсии
Основные организации, проводившие мероприятия	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, Белагропромбанк, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, Ассоциация белорусских банков, компания «Visa»	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, Министерство образования РБ, Ассоциация белорусских банков, банки, Белорусская ассоциация страховщиков, страховые организации, облисполкомы, райисполкомы, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ООО «Игрика», ООО «РАЗЛИК», УП «Экспофорум»	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, банки, Министерство образования РБ, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, страховые организации, ВУЗы, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ООО «Игрика», УП «Экспофорум»	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, банки, Министерство образования РБ, страховые организации, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, страховые организации, учреждения образования, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ООО «Игрика», «Платежная система БЕЛКАРТ», Агентство по гарантированному по гарантированному	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, банки, Министерство образования РБ, Ассоциация белорусских банков, банки, Белорусская ассоциация страховщиков, страховые организации, учреждения образования, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, «Платежная система БЕЛКАРТ», Агентство по гарантированному возмещению банковских вкладов	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, облисполкомы, райисполкомы, Министерство образования РБ, Министерство по налогам и сборам РБ, Ассоциация белорусских банков, банки, Белорусская ассоциация страховщиков, страховые организации, учреждения образования, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, «Платежная система БЕЛКАРТ», Агентство по гарантированному



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

				возмещению банковских вкладов (депозитов) физических лиц, УП «Экспофорум»	(депозитов) физических лиц, УП «Экспофорум»	возмещению банковских вкладов (депозитов) физических лиц, УП «Экспофорум»
Целевая группа	Студенты ВУЗов, учащиеся ССУЗов	Студенты, учащиеся ССУЗов	Студенты, учащиеся ССУЗов, студенты из числа детей-сирот и иных социально-незащищенных категорий	Студенты, учащиеся ССУЗов, члены ОО «БРСМ»	Студенты, учащиеся ССУЗов, члены ОО «БРСМ», молодежь	Студенты, учащиеся ССУЗов, члены ОО «БРСМ», молодежь



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 8. Люди старшего возраста, пенсионеры

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	-	Обучающие занятия для пожилых людей в рамках социально-просветительского проекта компании МТС «Сети все возрасты покорны», акция «Помоги родителям», социальная видеореклама	Обучающие занятия для пенсионеров, акция «Помоги родителям», выпуск буклета «Финансовая грамотность. Советы», билборды FINGRAMOTA.BY в Минске и регионах Беларуси	Школа финансовой грамотности старшего поколения (Беларусбанк), интерактивные лекции для пенсионеров в рамках Института Третьего возраста на базе ГУ «Территориальный центр обслуживания населения» (Брестская область)	Обучающие занятия для пенсионеров	Обучающие занятия для пенсионеров
Основные темы проводимых мероприятий	-	Компьютерная грамотность, дистанционные формы банковского обслуживания	Основы финансовой грамотности, дистанционные каналы связи и банковского обслуживания, банковские продукты и услуги, финансовое планирование, финансовая безопасность, кредиты	Банковские услуги для пенсионеров, деноминация белорусского рубля	Финансовые услуги, оказываемые пенсионерам: кредитование, вклады, банковские карточки, страхование жизни и дополнительной пенсии, пакеты услуг	Финансовые услуги, оказываемые пенсионерам: кредитование, вклады, банковские карточки, страхование жизни и дополнительной пенсии, пакеты услуг
Основные инструменты	-	Обучающие занятия	Обучающие занятия	Занятия, интерактивные лекции, встречи, презентации	Интернет-публикации и видеоролики на интернет-сайтах, информационные буклеты, обучающие занятия	Интернет-публикации и видеоролики на интернет-сайтах, информационные буклеты, обучающие занятия
Основные организации, проводившие	-	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, компания МТС, Беларусбанк	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, банки (Беларусбанк, Белагпропромбанк,	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, банки (Беларусбанк, Белагпропромбанк,	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, банки, страховые организации,	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по областям, банки, страховые организации,



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

мероприятия			БПС-Сбербанк), «Платежная система БЕЛКАРТ»	БПС-Сбербанк), «Платежная система БЕЛКАРТ»	«Платежная система БЕЛКАРТ»	«Платежная система БЕЛКАРТ»
Целевая группа и количество людей, охваченных мероприятием	-	Пожилые люди	Пенсионеры, инвалиды пожилого возраста, социальные работники, обслуживающие на дому маломобильных нетрудоспособных граждан	Люди старшего и пожилого возраста, пенсионеры, ветераны, граждане, находящиеся в домах-интернатах для престарелых и инвалидов	Люди старшего и пожилого возраста	Люди старшего и пожилого возраста



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 9. Население Брестской области

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Неделя финансовой грамотности, Международный день сбережений, обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинги в рамках курса «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мобильная школа финансовой грамотности, международный день сбережений, мониторинг финансовой грамотности учащихся, обучающие занятия со школьниками, социальная рекламная кампания по повышению финансовой грамотности, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия со школьниками, презентация книги «Дети и деньги. Самоучитель семейных финансов для детей», тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия со школьниками, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия со школьниками, обучающие мероприятия по повышению финансовой грамотности пенсионеров и людей старшего возраста, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия со школьниками, родителями, преподавателями, субъектами хозяйствования и работниками трудовых коллективов, пилотный проект по обучению основам финансовой грамотности школьников Брестской области волонтерами Школы просвещения Полесского университета
Основные темы проводимых мероприятий	Безналичные расчеты, основные банковские услуги, финансовое планирование	Банковские услуги и операции, кредиты, вклады, сбережения, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, страхование, бюджет семьи, пенсионные	Банковские услуги и операции, кредиты, вклады, сбережения, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, страхование (жизни детей, от несчастных	Банковские услуги, кредиты, вклады, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, страхование (детское, от несчастных случаев, при выезде за	Банковские услуги, кредиты, вклады, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, страхование (детское, от несчастных случаев,	Банковские услуги, кредиты, вклады, платежные карты, дистанционное банковское обслуживание, страхование (детское, от несчастных случаев, при выезде за границу),



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

		банковские карты	случаев, при выезде за границу), бюджет семьи, пенсионные банковские карты, валютные операции	границу), бюджет семьи, практическое применение налогового законодательства, деноминация	при выезде за границу), бюджет семьи, валютные операции, практическое применение налогового законодательства	бюджет семьи, валютные операции, практическое применение налогового законодательства
Основные инструменты	Обучающие занятия, игры, посещение музеев, информационные встречи в трудовых коллективах, обучающий тренинг для сельских предпринимателей	Занятия, анкетный опрос, экскурсии, игры, конкурсы, олимпиады, викторины, пресс-мероприятия, сообщения в СМИ (печать, ТВ, радио, интернет), дни открытых дверей в банках	Занятия (лекции, семинары, круглые столы и т.д.), анкетный опрос, экскурсии, игры, конкурсы, олимпиады, викторины, сообщения в СМИ (печать, ТВ, радио, интернет), дни открытых дверей в банках	Занятия (лекции, семинары, круглые столы и т.д.), анкетный опрос, экскурсии, игры, конкурсы, олимпиады, викторины, сообщения в СМИ (печать, ТВ, радио, интернет), дни открытых дверей в банках	Занятия (лекции, семинары, и т.д.), анкетный опрос, экскурсии, игры, конкурсы, олимпиады, викторины, сообщения в СМИ (печать, ТВ, радио, интернет), дни открытых дверей в банках, промо-акции в торговых точках, прямые телефонные линии, курсы повышения квалификации	Занятия (лекции, семинары, и т.д.), анкетный опрос, экскурсии, игры, конкурсы, олимпиады, викторины, сообщения в СМИ (печать, ТВ, радио, интернет), дни открытых дверей в банках, промо-акции в торговых точках, прямые телефонные линии
Основные организации, проводившие мероприятия	РМЦ, ГУ НБ РБ по Брестской области, ОАО «АСБ Беларусбанк» и ЗАО «Банк ВТБ» (Беларусь) Брестской области	РМЦ, ГУ НБ РБ по Брестской области, Брестский облисполком и райисполком, Министерство образования РБ, банки, ООО «Игрика», РДУСП «Стравита»	РМЦ, ГУ НБ РБ по Брестской области, Брестский облисполком и райисполком, Министерство образования РБ, банки, страховые организации, инспекция МНС РБ по Брестской области, ОО «БРСМ»	РМЦ, ГУ НБ РБ по Брестской области, Брестский облисполком и райисполком, Министерство образования РБ, учреждения образования, банки, страховые организации, инспекция МНС РБ по	РМЦ, ГУ НБ РБ по Брестской области, Брестский облисполком и райисполком, банки, Министерство образования РБ, страховые организации, инспекция МНС РБ по Брестской области, ОО «БРСМ»	РМЦ, ГУ НБ РБ по Брестской области, Брестский облисполком и райисполком, банки, Министерство образования РБ, страховые организации, инспекция МНС РБ по Брестской области, ОО «БРСМ»



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

				Брестской области, ОО «БРСМ»		
Основные целевые группы	Учащиеся старших классов школ и гимназий (Брест, Барановичи, Пинск), воспитанники детских домов, работники предприятий, безработные и начинающие предприниматели, проживающие в сельской местности	Школьники, учащиеся ВУЗов и ССУЗов, руководители и трудовые коллективы предприятий	Школьники, учащиеся ВУЗов и ССУЗов, руководители и трудовые коллективы предприятий, педагогические работники, пенсионеры, инвалиды, социальные работники	Школьники, учащиеся ВУЗов и ССУЗов, руководители, сотрудники профкомов и работники предприятий, педагогические работники, пенсионеры, инвалиды, социально незащищенные категории студентов, дети-сироты, члены ЖСК, субъекты среднего и малого бизнеса	Школьники, учащиеся, руководители, сотрудники профкомов и работники предприятий, педагогические работники, пенсионеры, инвалиды, дети-сироты, родители школьников, сотрудники центров коррекционно-развивающего обучения и реабилитации	Школьники, учащиеся, руководители, педагогические работники, родители школьников, субъекты хозяйствования



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 10. Население Витебской области

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Неделя финансовой грамотности, Международный день сбережений, обучающие занятия со школьниками и студентами, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, тренинги в рамках курса «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, мероприятия по повышению финансовой грамотности безработных и начинающих предпринимателей на базе региональных служб занятости, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, Международный день сбережений, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, Международный день сбережений, обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, курс «Основы предпринимательской деятельности» для безработных, обучающие занятия со школьниками и студентами, Международный день сбережений, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия со школьниками и студентами, Международный день сбережений, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия со школьниками, студентами и работниками предприятий, Международный день сбережений, тренинг «Планируй свое будущее»
Основные темы проводимых мероприятий	Безналичные платежи, кредиты, налоги	Основы финансовой грамотности	Безналичные платежи, пластиковые карты, кредиты, налоги, пенсионное обеспечение, государственное социальное	Безналичные платежи, пластиковые карты, ведение предпринимательской деятельности, налоги	Безналичные платежи, пластиковые карты, финансовое планирование, кредиты, налоги, защита прав потребителей	Безналичные платежи, пластиковые карты, финансовое планирование, кредиты, налоги, страхование и защита прав потребителей



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

			страхование		страховых услуг, сбережения	страховых услуг, сбережения
Основные инструменты	Семинары, круглые столы, рабочие встречи, консультирования, прямые, горячие линии, рекламные игры, информационные сообщения в печатных, телевизионных СМИ и на радио	Рекламные акции, обучающие занятия, публикации в печатных СМИ, конкурс и олимпиада для детей и молодежи	Рекламные акции, обучающие занятия, публикации в печатных СМИ, конкурс и олимпиада для детей и молодежи	Обучающие занятия и курсы, публикации в печатных СМИ, сообщения на радио, конкурс и олимпиада для детей и молодежи	Обучающие занятия и курсы, публикации в печатных СМИ, информационные встречи, сообщения на радио, рекламно-информационные акции, конкурс и олимпиада для детей и молодежи	Обучающие занятия, публикации в печатных СМИ, информационные встречи, сообщения на радио, рекламно-информационные материалы, конкурс и олимпиада для детей и молодежи, горячие линии
Основные организации, проводившие мероприятия	Витебский облисполком, ГУ НБ РБ по Витебской области, инспекция МНС РБ по Витебской области, ОАО «Беларусбанк»	РМЦ, Витебский облисполком, ГУ НБ РБ по Витебской области, Министерство образования РБ, банки, региональные службы занятости	РМЦ, Витебский облисполком, ГУ НБ РБ по Витебской области, Министерство образования РБ, банки	РМЦ, Витебский облисполком, ГУ НБ РБ по Витебской области, Министерство образования РБ, банки, региональная служба занятости, учреждения образования	РМЦ, Витебский облисполком, ГУ НБ РБ по Витебской области, банки, Министерство образования РБ, региональная служба занятости, учреждения образования, страховые организации	РМЦ, Витебский облисполком, ГУ НБ РБ по Витебской области, банки, Министерство образования РБ, региональная служба занятости, учреждения образования, страховые организации
Целевая группа и количество людей, охваченных мероприятием	Население области в целом	Дети, школьники, студенты, население области в целом	Дети, школьники, студенты, посетители объектов торговли, население области в целом	Дети, школьники, студенты, население области в целом	Старшеклассники, люди старшего и пожилого возраста, посетители объектов торговли	Учащиеся школ и гимназий, студенты ВУЗов, учащиеся СДЮШОР, учащиеся автошкол, работники предприятий



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 11. Население Гомельской области

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Неделя финансовой грамотности, занятия для студентов: «О способах внесения оплаты за обучение, в том числе через систему «Расчет»; «Платежная карточка – твой друг и надежный помощник», «Банковская система Республики Беларусь и роль Национального банка как ее регулятора»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия для школьников и студентов по темам «Банковская школа», «Платежная карточка – твой друг и надежный помощник» и т.д., тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия со школьниками и студентами, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся, курсы повышения квалификации для представителей кадрового резерва управленческих кадров, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, мониторинг финансовой грамотности учащихся и студентов, обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинг «Планируй свое будущее»
Основные темы проводимых мероприятий	Безналичные платежи, принципы работы банковской системы	Безналичные расчеты, банковские продукты и услуги (прежде всего, банковские карточки), кредиты,	Работа банковской системы, безналичные расчеты, кредиты, валютные операции, ведение	Работа банковской системы, безналичные расчеты, банковские услуги, финансовое планирование,	Работа банковской системы, безналичные расчеты, страхование, банковские карточки, финансовое	Работа банковской системы, безналичные расчеты, страхование, банковские карточки, финансовое



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

		международные переводы, операции с ценными бумагами	предпринимательской деятельности, акции и дивиденды, финансовое планирование	деноминация, банковские карточки	планирование и сбережения, налоги	планирование и сбережения, налоги, оценка финансовых рисков
Основные инструменты	Занятия для школьников и студентов, публикация в печатных СМИ, информационные сообщения на радио	Занятия для школьников и студентов, тематические встречи и тренинги для работников предприятий, публикации в печатных СМИ, дни открытых дверей в банках, экскурсии	Занятия для школьников и студентов, тематические встречи и тренинги для работников предприятий, публикации в печатных СМИ, дни открытых дверей в банках, экскурсии, пресс-мероприятия, курсы повышения квалификации	Занятия для школьников и студентов, тематические встречи и тренинги для работников предприятий, публикации в печатных СМИ, дни открытых дверей в банках	Занятия для школьников и студентов, тематические встречи и тренинги для работников предприятий, сообщения в печатных СМИ и на ТВ, дни открытых дверей в банках, рекламно-информационные акции в торговых объектах, «горячие» линии	Занятия для школьников и студентов, тематические встречи и тренинги для работников предприятий, сообщения в печатных СМИ, на радио и ТВ, «горячие» линии, акции для посетителей торговых объектов
Основные организации, проводившие мероприятия	ГУ НБ РБ по Гомельской области	РМЦ, ГУ НБ РБ по Гомельской области, райисполкомы Гомельской области, облисполком, горисполком, Министерство образования РБ, банки	РМЦ, ГУ НБ РБ по Гомельской области, райисполкомы Гомельской области, облисполком, горисполком, Министерство образования РБ, банки, Министерство финансов РБ, ВУЗы, инспекция МНС РБ по Гомельской области	РМЦ, ГУ НБ РБ по Гомельской области, райисполкомы Гомельской области, облисполком, горисполком, Министерство образования РБ, банки, Министерство финансов РБ, учреждения образования, ОО «БРСМ»	РМЦ, ГУ НБ РБ по Гомельской области, райисполкомы Гомельской области, облисполком, горисполком, Министерство образования РБ, банки, страховые организации, учреждения образования, инспекция МНС РБ по	РМЦ, ГУ НБ РБ по Гомельской области, райисполкомы Гомельской области, облисполком, горисполком, Министерство образования РБ, банки, страховые организации, учреждения образования, инспекция МНС РБ по



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

					Гомельской области	Гомельской области
Целевая группа и количество людей, охваченных мероприятием	Школьники, студенты, дети, воспитывающиеся в детских интернатных учреждениях, население области в целом	Школьники, учащиеся, студенты, работники предприятий, население области в целом	Школьники, учащиеся, студенты, работники предприятий, госслужащие, дети, отдыхающие в оздоровительных лагерях, население области в целом	Школьники, учащиеся, студенты, работники предприятий, госслужащие, население области в целом	Школьники, учащиеся, студенты, работники предприятий, население области в целом	Школьники, учащиеся, студенты, преподаватели, работники предприятий, посетители торговых объектов, индивидуальные предприниматели



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 12. Население Гродненской области

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Неделя финансовой грамотности, обучающие мероприятия для детей и молодежи	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, занятия с учащимися по темам: «Банк. Платежная карточка», «Банковская школа – Дети и деньги. Бюджет семьи», занятия «Развитие системы безналичных расчетов», «Кредитный регистр НБРБ» для руководителей и работников предприятий, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, курсы повышения квалификации «Развитие социальной и финансовой грамотности детей и молодежи» (для учителей, библиотекарей, бухгалтеров), обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия со школьниками и студентами, тренинг «Планируй свое будущее»
Основные темы проводимых мероприятий	Безналичный расчет и платежные карточки, дистанционные формы банковского обслуживания	Безналичный расчет и платежные карточки, дистанционные формы банковского обслуживания, финансовое планирование, деньги и их значение,	Личное финансовое планирование, безналичный расчет и платежные карточки, дистанционные формы банковского обслуживания, финансовое	Личное финансовое планирование, безналичный расчет и платежные карточки, дистанционные формы банковского обслуживания, кредиты, деноминация	Личное финансовое планирование, безналичный расчет и платежные карточки, дистанционные формы банковского обслуживания, страхование,	Личное финансовое планирование, безналичный расчет и платежные карточки, дистанционные формы банковского обслуживания, страхование,



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

		кредиты, бюджет семьи	планирование, микрозаймы, кредиты		сбережения, основы предпринимательской деятельности	сбережения, кредиты, оценка финансовых рисков, декларирование доходов, основы предпринимательской деятельности
Основные инструменты	Обучающие занятия (лекции, уроки, семинары), экскурсии и посещение музеев, информационные встречи, публикации в печатных СМИ	Обучающие занятия (лекции, уроки, семинары, презентации), игры, экскурсии и посещение музеев, информационные встречи, публикации в печатных СМИ	Обучающие занятия (лекции, уроки, семинары, презентации), игры, экскурсии, информационные встречи, публикации в печатных СМИ, дни информирования, курсы повышения квалификации	Обучающие занятия (лекции, уроки, семинары, презентации), игры, экскурсии, встречи, публикации в печатных СМИ и интернете, курсы повышения квалификации, пресс-мероприятия	Обучающие занятия (лекции, уроки, семинары, презентации), игры, экскурсии, встречи, публикации в печатных СМИ и интернете, курсы повышения квалификации, пресс-мероприятия	Обучающие занятия (лекции, уроки, семинары, презентации), игры, экскурсии, встречи, публикации в печатных СМИ и интернете, социальная реклама
Основные организации, проводившие мероприятия	ГУ НБ РБ по Гродненской области, банки	ГУ НБ РБ по Гродненской области, райисполкомы, Министерство образования РБ, банки, РМЦ	ГУ НБ РБ по Гродненской области, райисполкомы, банки, инспекция МНС РБ по Гродненской области, ВУЗы, Министерство образования РБ, РМЦ	ГУ НБ РБ по Гродненской области, райисполкомы, банки, инспекция МНС РБ по Гродненской области, учреждения образования, Министерство образования РБ, ОО «БРСМ», РМЦ	ГУ НБ РБ по Гродненской области, райисполкомы, банки, инспекция МНС РБ по Гродненской области, учреждения образования, Министерство образования РБ, ОО «БРСМ», РМЦ	ГУ НБ РБ по Гродненской области, райисполкомы, банки, инспекция МНС РБ по Гродненской области, учреждения образования, Министерство образования РБ, ОО «БРСМ», РМЦ
Целевая группа и количество людей, охваченных мероприятием	Школьники, студенты, сотрудники и руководители предприятий	Школьники, студенты, сотрудники и руководители предприятий, население области в целом	Школьники, студенты, сотрудники и руководители предприятий, работники учреждений образования,	Школьники, студенты, сотрудники и руководители предприятий, педагоги, пенсионеры, воспитанники детских	Школьники, студенты, сотрудники и руководители предприятий, педагоги, пенсионеры, воспитанники детских	Школьники, студенты, сотрудники предприятий, журналисты, педагоги, члены ОО «БРСМ», индивидуальные



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

			пенсионеры, воспитанники детских домов, население области в целом	домов, журналисты, члены ОО «БРСМ», родители школьников, население области в целом	домов, журналисты, члены ОО «БРСМ», родители школьников, население области в целом	предприниматели, бизнесмены, инвесторы, население области в целом
--	--	--	--	--	--	--



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 13. Население Могилевской области

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Неделя финансовой грамотности, обучающие мероприятия для детей и молодежи	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, мониторинг уровня финансовой грамотности работников предприятий, олимпиада по финансовой грамотности среди учащихся, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся и работников предприятий, создание клуба «Фінансавы грамацей» для школьников, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся и работников предприятий, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся и работников предприятий, пилотный проект «Электронная школа», тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, мониторинг уровня финансовой грамотности учащихся и работников предприятий, пилотный проект «Электронная школа», тренинг «Планируй свое будущее», работа клуба «Кредитная пятница»
Основные темы проводимых мероприятий	Безналичный расчет и платежные карточки, дистанционные формы банковского обслуживания	Кредиты, банковские карты для пенсионеров, кассовые операции, безналичные расчеты	Безналичные расчеты, кассовые операции, банковские карты, потребительские кредиты	Безналичные расчеты, банковские карты, деноминация, вклады	Безналичные расчеты, банковские карты, вклады	Безналичные расчеты, банковские карты, вклады, рынок ценных бумаг, страхование, рынок иностранной валюты, денежные переводы, кредиты
Основные инструменты	Обучающие занятия (лекции, уроки, семинары), экскурсии и посещение музеев, информационные	Корпоративные тренинги, рекламные акции, обучающие занятия для школьников,	Семинары, занятия, круглые столы, игры, корпоративные тренинги, публикации в СМИ (печать, радио, интернет)	Семинары, занятия, игры, публикации в СМИ (печать, радио, интернет), экскурсии, «горячие» линии,	Семинары, занятия, публикации в СМИ (печать, радио, интернет), экскурсии, «горячие» линии,	Семинары, занятия, презентации, публикации в СМИ (печать, радио, интернет), экскурсии,

	встречи, публикации в печатных СМИ	публикации в СМИ (печать, радио, ТВ, интернет), экскурсии, анкетный опрос	ТВ, интернет), экскурсии, «горячие» линии, анкетный опрос	конкурсы, видеоролики, анкетный опрос	конкурсы, игры, анкетный опрос, тематический клуб	«горячие» и «прямые» линии, конкурсы, игры, анкетный опрос, мастер-класс, экскурсии, тематические недели в учреждениях образования
Основные организации, проводившие мероприятия	ГУ НБ РБ по Могилевской области, банки	РМЦ, ГУ НБ РБ по Могилевской области, банки, Могилевский облисполком, горисполком, райисполкомы, ООО «Центр деловых услуг» Могилевской области, учреждения образования, Министерство образования РБ	РМЦ, ГУ НБ РБ по Могилевской области, банки, Могилевский облисполком, горисполком, учреждения образования, Министерство образования РБ, Министерство финансов РБ	РМЦ, ГУ НБ РБ по Могилевской области, Могилевский облисполком, горисполком, банки, учреждения образования, Министерство образования РБ, Министерство финансов РБ	ГУ НБ РБ по Могилевской области, Могилевский облисполком, горисполком, банки, учреждения образования, Министерство образования РБ, страховые организации	ГУ НБ РБ по Могилевской области, Могилевский облисполком, горисполком, банки, учреждения образования, Министерство образования РБ, страховые организации
Целевая группа и количество людей, охваченных мероприятием	Школьники, студенты, сотрудники и руководители предприятий	Школьники, студенты, учащиеся, работники предприятий, безработные и начинающие предприниматели, пенсионеры, дети, отдыхающие в оздоровительных лагерях, население области в целом	Школьники, студенты, учащиеся, работники и руководители предприятий, военные (офицерский состав), работники и руководители учреждений образования, население области в целом	Школьники, студенты, учащиеся, работники и руководители предприятий, работники и руководители учреждений образования, дети-сироты, пожилые люди, активисты ОО «БРСМ», население области в целом	Школьники, студенты, учащиеся, работники и руководители предприятий, работники и руководители учреждений образования, пенсионеры, население области в целом	Школьники, студенты, учащиеся, работники и руководители предприятий, работники и руководители учреждений образования, пенсионеры, население области в целом

Таблица 14. Население г. Минска и Минской области

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Неделя финансовой грамотности, обучающие занятия для учащихся, встречи на темы: «Вопросы заключения договоров страхования» для работников и «Вопросы медицинского страхования» для руководителей, работающих в учреждениях здравоохранения	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, педагогов, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, педагогов, курсы повышения квалификации, обучающие семинары для работников страховых организаций, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, «Школа финансовой грамотности учителей», тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, педагогов, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, курсы повышения квалификации, обучающие семинары для работников страховых организаций, тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, педагогов, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, курсы повышения квалификации, обучающие семинары для работников страховых организаций, пилотный проект «Электронная школа», «Школа финансовой грамотности учителей», тренинг «Планируй свое будущее»	Неделя финансовой грамотности, Республиканская олимпиада по финансовой грамотности для учащихся 10-11 классов, обучающие занятия для учащихся, педагогов, мониторинг уровня финансовой грамотности школьников, курсы повышения квалификации, пилотный проект «Электронная школа», «Школа финансовой грамотности для педагогов», тренинг «Планируй свое будущее», обучающий модуль «Дистанционное образование по вопросам рыночной экономики и финансовой грамотности», городской фестиваль по



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

						экономике и предпринимательству «Лестница успеха» (Минск), городской турнир по финансовой грамотности (Минск), кружки «Бизнес-старт» и «Школа юного Маркетолога «Гермес» (Минск)
Основные темы проводимых мероприятий	Страхование транспортных средств, медицинское страхование, заключение договоров страхования	Безналичные расчеты, страхование, финансовое планирование и формирование бюджета	Безналичные расчеты, страхование (медицинское добровольное, от несчастных случаев и болезней, автострахование), финансовое планирование и формирование бюджета	Безналичные расчеты и платежные карты, страхование (детское, медицинское добровольное, корпоративные программы и т.д.), деноминация	Безналичные расчеты и платежные карты, валютные операции, льготные кредиты на строительство жилья, налоговые вопросы, страхование	Безналичные расчеты и платежные карты, валютные операции, кредиты, процентные ставки, налоги, страхование, финансовые риски, право наследования, банковские вклады
Основные инструменты	Материалы в печатных СМИ, рекламные ролики на ТВ, телепередачи, аудиоролики на радио, встречи с трудовыми коллективами предприятий, прямые линии	Тренинги, обучающие занятия, встречи с трудовыми коллективами, информационные материалы в региональных печатных СМИ и на радио	Игры, встречи, прямые телефонные линии, курсы повышения квалификации, материалы в региональных печатных СМИ, в интернете и на радио, рекламно-информационные акции, аудиоролики в общественном транспорте	Встречи, прямые телефонные линии, информационные материалы в региональных печатных, телевизионных СМИ, в интернете и на радио, рекламно-информационные акции в торговых точках	Встречи, обучающие занятия, семинары, презентации, информационные материалы в региональных печатных, телевизионных СМИ, в интернете и на радио, рекламно-информационные акции в торговых точках	Встречи, обучающие занятия, семинары, презентации, информационные материалы в региональных печатных, телевизионных СМИ, в интернете и на радио, «горячие» и прямые линии, мастер-классы
Основные	ЦА НБ РБ, банки,	РМЦ, ЦА НБ РБ, банки,	РМЦ, ЦА НБ РБ, банки,	РМЦ, ЦА НБ РБ, банки,	РМЦ, ЦА НБ РБ, банки,	РМЦ, ЦА НБ РБ, банки,



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

организации, проводившие мероприятия	Минский облисполком, Минский областной институт развития образования, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, Белтелерадиокомпания, структурные подразделения Белгосстраха по Минской области	Минский облисполком, Минский областной институт развития образования, учреждения образования, Министерство образования РБ, «Платежная система БЕЛКАРТ», Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, Министерство по налогам и сборам РБ, СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства», Белтелерадиокомпания	Минский облисполком, страховые организации, ГАИ УВД Минской области, Минский областной институт развития образования, Министерство образования РБ, учреждения образования, «Платежная система БЕЛКАРТ», Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, Министерство по налогам и сборам РБ, СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства», Белтелерадиокомпания, МЧС, Министерство финансов РБ	Минский облисполком, страховые организации, Белтелерадиокомпания, Министерство антимонопольного регулирования и торговли, Минский областной институт развития образования, Министерство образования РБ, учреждения образования, «Платежная система БЕЛКАРТ», Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, Министерство по налогам и сборам РБ, СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства»	Минский облисполком и горисполком, Белорусская ассоциация страховщиков, страховые организации, Белтелерадиокомпания, Минский областной институт развития образования, учреждения образования, Министерство образования РБ, Министерство по налогам и сборам РБ., «Платежная система БЕЛКАРТ», Ассоциация белорусских банков, , СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства»	Минский облисполком и горисполком, Белорусская ассоциация страховщиков, страховые организации, Белтелерадиокомпания, Минский областной институт развития образования, учреждения образования, Министерство образования РБ, Министерство по налогам и сборам РБ, , «Платежная система БЕЛКАРТ», Ассоциация белорусских банков, , Ассоциация налогоплательщиков, СМИ, «Белорусская валютно-фондовая биржа» ОАО, ГУО «Минский городской дворец детей и молодежи», ОО «Центр поддержки и развития юношеского предпринимательства»
Целевая группа и количество людей, охваченных	Руководители предприятий и трудовые коллективы,	Руководители предприятий и трудовые коллективы, школьники, студенты,	Руководители предприятий и трудовые коллективы, работники профкомов,	Руководители предприятий и трудовые коллективы, работники профкомов,	Руководители предприятий и трудовые коллективы, работники, школьники,	Руководители предприятий и трудовые коллективы, работники, школьники,



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

мероприятием	учащиеся	учащиеся, население области и г. Минска в целом	школьники, студенты, сотрудники страховых организаций, дети-сироты, население области и г. Минска в целом	школьники, студенты, сотрудники страховых организаций, дети-сироты, жители ЖК, сельские жители, население области и г. Минска в целом	студенты, предприниматели, население области и г. Минска в целом	студенты, предприниматели, население области и г. Минска в целом
--------------	----------	---	---	---	--	--



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 15. Работающие

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	<p>Единый день информирования, тренинги «Планируй свое будущее», конкурс «Журналисты – за финансовую грамотность», встречи в трудовых коллективах, Международный день сбережений – проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст», создание серии обучающих видеороликов по банковским услугам и продуктам, создание и поддержка специализированных электронных ресурсов, посвященных вопросам инвестирования в инструменты рынка ценных бумаг</p>	<p>Проведение конкурса «Журналисты – за финансовую грамотность», социальная видеореклама, рубрика «Деньги» в программе «Наше утро» на ОНТ, Республиканская акция «Право на службу людям», встречи в трудовых коллективах, Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст», День открытых дверей в НБ, тренинг «Планируй свое будущее»</p>	<p>Курсы повышения квалификации для работников страховых организаций и органов госуправления, конкурс «Журналисты – за финансовую грамотность», рубрика «Деньги» в программе «Наше утро» на ОНТ, Республиканская акция «Право на службу людям», встречи в трудовых коллективах, Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст», тренинг «Планируй свое будущее»</p>	<p>Проведение конкурса «Журналисты – за финансовую грамотность», рубрика «Деньги» в программе «Наше утро» на ОНТ, Республиканская акция «Право на службу людям», встречи в трудовых коллективах, Международный день сбережений - проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст», тренинг «Планируй свое будущее»</p>	<p>Занятия по финансовой грамотности в рамках курсов повышения квалификации руководителей системы образования на базе Академии последиplomного образования, Школа финансовой грамотности для педагогов школ, колледжей, лицеев г. Минска, конкурс «Журналисты – за финансовую грамотность», рубрика «Деньги» в программе «Наше утро» на ОНТ, Республиканская акция «Право на службу людям», встречи в трудовых коллективах, Международный день сбережений – проведение специализированной выставки финансовых услуг «МаниФэст», тренинг «Планируй свое будущее»</p>	<p>Занятия по финансовой грамотности в рамках курсов повышения квалификации руководителей системы образования на базе Академии последиplomного образования, Школа финансовой грамотности для педагогов школ, колледжей, лицеев г. Минска, конкурс «Журналисты – за финансовую грамотность», рубрика «Деньги» в программе «Наше утро» на ОНТ, Республиканская акция «Право на службу людям», встречи в трудовых коллективах, Международный день сбережений – проведение специализированной выставки финансовых</p>

						услуг «МаніФэст», тренинг «Планируй свое будущее»
Основные темы проводимых мероприятий	Безналичные платежи, банковские услуги, планирование финансов, медицинское и транспортное страхование, дистанционное банковское обслуживание	Безналичный расчет, кредиты, страхование, кассовые операции, дистанционные формы банковского обслуживания, пенсионные банковские карты	Безналичный расчет, кредиты, страхование (добровольное медицинское, от несчастных случаев), дистанционные формы банковского обслуживания, пенсионное законодательство, банковские вклады	Безналичный расчет, кредиты, страхование (детское, добровольное медицинское, от несчастных случаев), дистанционные формы банковского обслуживания, банковские услуги	Безналичный расчет, кредиты, страхование (детское, добровольное медицинское, от несчастных случаев), дистанционные формы банковского обслуживания	Безналичный расчет, кредиты, страхование, дистанционные формы банковского обслуживания
Основные инструменты	Обучающие встречи (семинары, лекции, тренинги), посещение музеев	Обучающие встречи (семинары, лекции, тренинги, презентации)	Обучающие встречи (семинары, лекции, тренинги, презентации, круглые столы, конференции), курсы повышения квалификации	Обучающие встречи (семинары, лекции, тренинги, презентации, круглые столы, конференции), занятия	Обучающие встречи (семинары, лекции, тренинги, презентации), квесты, экскурсии, дни открытых дверей и дни клиента	Обучающие встречи (семинары, лекции, тренинги, презентации), квесты, экскурсии, дни открытых дверей и дни клиента
Основные организации, проводившие мероприятия	ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по Брестской и Гродненской областям, Беларусбанк, Белагропромбанк, БПС-Сбербанк, Белгосстрах, Минский облисполком, Министерство финансов РБ, Ассоциация белорусских банков,	РМЦ, ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по регионам, облисполкомы, райисполкомы, банки, Белтелерадиокомпания, Министерство образования РБ, страховые организации, учреждения образования, Министерство по налогам и сборам РБ и локальные инспекции	РМЦ, ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по регионам, облисполкомы, райисполкомы, банки, Белтелерадиокомпания, Министерство образования РБ, страховые организации, учреждения образования, Министерство по налогам и сборам РБ и локальные инспекции	РМЦ, ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по регионам, облисполкомы, райисполкомы, банки, Белтелерадиокомпания, Министерство образования РБ, страховые организации, учреждения образования, Министерство по налогам и сборам РБ и локальные инспекции	РМЦ, ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по регионам, облисполкомы, райисполкомы, банки, Белтелерадиокомпания, Министерство образования РБ, страховые организации, учреждения образования, Министерство по налогам и сборам РБ и локальные инспекции	РМЦ, ЦА НБ РБ, ГУ НБ РБ по регионам, облисполкомы, райисполкомы, банки, Белтелерадиокомпани я, Министерство образования РБ, страховые организации, учреждения образования, Министерство по налогам и сборам РБ и

	<p>ЗАО «Альфа-Банк», Белорусская ассоциация страховщиков, страховые организации, УП «Экспофорум»</p>	<p>МНС РБ, Министерство финансов РБ, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, УП «Экспофорум», Министерство юстиции РБ, Белорусская республиканская коллегия адвокатов, Белорусская нотариальная палата, Национальный центр правовой информации, Министерство антимонопольного регулирования и торговли РБ, Государственный комитет по имуществу, «Платежная система БЕЛКАРТ»</p>	<p>МНС РБ, Министерство финансов РБ, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, УП «Экспофорум», Министерство юстиции РБ, Белорусская республиканская коллегия адвокатов, Белорусская нотариальная палата, Национальный центр правовой информации, Министерство антимонопольного регулирования и торговли РБ, Государственный комитет по имуществу, «Платежная система БЕЛКАРТ»</p>	<p>МНС РБ, Министерство финансов РБ, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, УП «Экспофорум», Министерство юстиции РБ, Белорусская республиканская коллегия адвокатов, Белорусская нотариальная палата, Национальный центр правовой информации, Министерство антимонопольного регулирования и торговли РБ, Государственный комитет по имуществу, «Платежная система БЕЛКАРТ»</p>	<p>МНС РБ, Министерство финансов РБ, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, УП «Экспофорум», Министерство юстиции РБ, Белорусская республиканская коллегия адвокатов, Белорусская нотариальная палата, Национальный центр правовой информации, Министерство антимонопольного регулирования и торговли РБ, Государственный комитет по имуществу, «Платежная система БЕЛКАРТ»</p>	<p>локальные инспекции МНС РБ, Министерство финансов РБ, Ассоциация белорусских банков, Белорусская ассоциация страховщиков, УП «Экспофорум», Министерство юстиции РБ, Белорусская республиканская коллегия адвокатов, Белорусская нотариальная палата, Национальный центр правовой информации, Министерство антимонопольного регулирования и торговли РБ, Государственный комитет по имуществу, «Платежная система БЕЛКАРТ»</p>
--	--	--	--	--	--	--



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси», реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром (Беларусь) при поддержке USAID

**Таблица 16. Безработные**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Наиболее значимые мероприятия	Курс «Планируй свое будущее»	Курс «Планируй свое будущее»	-	-	-	-
Основные темы проводимых мероприятий	Планирование финансов, организация бизнеса	Планирование финансов, организация бизнеса	-	-	-	-
Основные инструменты	Тренинги	Тренинги	-	-	-	-
Основные организации, проводившие мероприятия	РМЦ, комитеты по занятости облисполкомов	РМЦ, комитеты по занятости облисполкомов	-	-	-	-
Целевая группа и количество людей, охваченных мероприятием	Начинающие предприниматели, безработные	Начинающие предприниматели, безработные	-	-	-	-



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## ГЛАВА 3.

**РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ  
ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА 2019–2024 ГОДЫ.  
ЦЕЛЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДАННОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Актуальная ситуация в сфере финансовой грамотности населения. Основные достижения в сфере повышения финансовой грамотности населения**

Анализ результатов проведенных исследований и мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности населения нашей страны, проведенных в течение периода реализации Плана совместных действий государственных органов и участников финансового рынка по повышению финансовой грамотности населения Республики Беларусь на 2013–2018 годы (который стал первым для республики подобным документом), позволяет сделать ряд важных **выводов**.

Во-первых, за указанный период ситуация в сфере финансовой грамотности определенным образом изменилась.

По ряду показателей наблюдаются заметные *улучшения*. Общий уровень финансовой грамотности населения повысился практически во всех исследуемых группах, в том числе среди представителей уязвимых категорий (молодежь, люди старшего возраста, жители сельских регионов). Люди стали лучше разбираться в финансовых вопросах, и это подтверждается, в том числе, результатами тестов по финансовой математике и финансовой осведомленности. Повысилась распространенность дистанционных форм банковского обслуживания. Население стало чаще пользоваться банковскими счетами и активнее осваивать доступные для пользователей данного вида услуги операции (оплата счетов, получение начислений по вкладам, накопление денег на будущие расходы или крупную покупку).

С другой стороны, в области финансовой грамотности населения РБ еще *остается ряд проблемных точек*. Поведенческие стратегии белорусов характеризуются некоторыми особенностями, которые, на наш взгляд, требуют оптимизации. Большинство населения страны не обладает достаточными компетенциями в области финансов, не считает важным ведение подробного учета своих доходов и трат, предпочитает хранить неистраченные деньги в наличной форме, не является активными пользователями сберегательных услуг, не планирует личный и семейный бюджет, более трети граждан страны не отслеживает изменения на финансовых рынках. Здесь важно обратить внимание и на то, что за последние несколько лет поведенческие стратегии жителей Беларуси остаются практически неизменными.

Более подробную информацию о результатах проведенных в стране исследований в области финансовой грамотности населения можно найти в Главе 1 данного Отчета.

Во-вторых, в республике было проведено много мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности населения и охвативших большое количество



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

граждан. За указанный период заметно возросло как число мероприятий, так и количество охваченных ими людей. Кроме того, с каждым годом в деятельность по повышению финансовой грамотности населения включалось все больше организаций. К концу отчетного периода в этой работе систематически участвовали не только центральный аппарат Национального банка и его региональные управления, но и ряд министерств и ведомств, областные, районные и городские исполнительные комитеты, учреждения образования и культуры, центры занятости, банки и другие финансовые структуры, ассоциации, средства массовой информации, общественные и коммерческие организации. Проводимые мероприятия характеризовались значительным разнообразием. Финансовую грамотность людей совершенствовали многими способами, основными из которых были следующие: 1) проведение обучающих занятий и встреч, экскурсий, игр, конкурсов, олимпиад, викторин; 2) выпуск книг, обучающих и информационных материалов; 3) размещение сообщений в СМИ (печать, ТВ, радио, интернет); 4) организация дней открытых дверей в банках, рекламно-информационных акций в торговых точках; 5) проведение «прямых» и «горячих» телефонных линий по различным вопросам, касающимся финансов. Итак, за последние годы наблюдается заметная активизация деятельности по повышению финансовой грамотности населения.

Развернутый анализ информации о мероприятиях по повышению финансовой грамотности населения, проведенных в стране за период реализации первого Плана совместных действий, содержится в Главе 2 данного Отчета.

### **Недостатки реализованной работы. Пути ее совершенствования**

Итак, в течение последних лет была проведена масштабная работа по повышению финансовой грамотности населения страны. Вместе с тем, проведенная аналитическая работа способствовала выявлению определенных **недостатков** в деятельности по повышению финансовой грамотности населения, а также позволила наметить пути ее дальнейшего совершенствования.

Во-первых, на данный момент *отсутствует четкая информация о количестве и качестве проведенных мероприятий*. Как уже упоминалось в Главе 2, в ходе анализа эффективности мероприятий, реализованных в области повышения финансовой грамотности населения, специалисты столкнулись с проблемой систематизации имеющихся данных. Хотя, судя по имеющейся информации, в стране осуществлялась достаточно широкая и масштабная деятельность по повышению финансовой грамотности граждан, обобщение и сопоставление данных, предоставляемых разными организациями, было затруднено из-за разнородности информации. Чтобы избежать подобных сложностей в дальнейшем, целесообразно выработать универсальную форму отчетности о работе, проделанной в области повышения финансовой грамотности населения, единую для всех организаций, принимающих в ней участие.

Данная форма, на наш взгляд, должна включать ряд важных аспектов, касающихся проводимых мероприятий, но при этом не должна быть слишком объемной и чрезмерно детализированной, чтобы работа с ней была оперативной и понятной как для заполняющего ее субъекта, так и для того, кто будет анализировать полученные данные. В



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

перечень критериев, по которым предлагается оценивать работу в данном направлении, на наш взгляд, целесообразно включить следующие:

- ✓ тема мероприятия;
- ✓ целевая группа;
- ✓ регион, в котором проводилось мероприятие;
- ✓ охват (количество граждан, принявших участие в мероприятиях);
- ✓ инструмент/форма проведения мероприятия (например, статья в СМИ, семинар, игра и т.д.).

Нам представляется, что все эти меры позволят проследить, насколько системный, последовательный характер имеет проводимая работа, насколько согласуются действия разных организаций, ориентированных на решение близких по характеру задач. Возможно, это также даст информацию для понимания того, как придать работе в области повышения финансовой грамотности населения более стратегический характер, снизить издержки и повысить эффективность (например, за счет объединения усилий организаций, реализующих похожие задачи и работающих в одном регионе, с одними и теми же группами населения, по одной или схожей тематике).

Полагаем, что такую информацию целесообразно собирать ежеквартально посредством использования соответствующей электронной формы, размещенной на каком-либо общедоступном интернет-ресурсе, например, на сайте Национального банка. Использование такой формы позволит избежать ошибок и неточностей при внесении данных организациями, т.к. процесс ее заполнения будет представлять собой выбор из определенного набора формализованных вариантов ответов. Кроме того, такой способ сбора отчетной информации поможет минимизировать время, затрачиваемое на получение необходимых сведений, поскольку каждый новый отчет будет автоматически обрабатываться и интегрироваться в общую базу данных, содержащую данные о результатах работы всех организаций.

Основным преимуществом такой универсальной формы отчетности станет возможность количественного анализа проведенной работы. При необходимости можно будет оперативно извлечь подвыборку по любому из критериев, структурирующих запрашиваемые данные (область, целевая группа, тема мероприятия, охват и т.д.) или по набору из нескольких критериев, и выяснить, например, число мероприятий, проведенных в той или иной области и направленных на школьников, студентов или безработных, получить количественную информацию о динамике охвата представителей разных групп населения за некоторые периоды времени мероприятиями той или иной тематики, дать оценку интенсивности происходящих изменений.

Эта информация может быть сопоставлена с результатами опросов населения, направленными на выявление уровня финансовой грамотности и осведомленности, и проанализирована с точки зрения результативности проводимых мероприятий за определенные временные периоды. Это, в свою очередь, позволит выявить сильные и слабые стороны реализуемой работы и внести в нее своевременные корректировки на основании промежуточных (например, ежегодных или полугодовых) отчетов о проведенных мероприятиях. При необходимости эту деятельность можно будет



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

сбалансировать по целевым группам, темам, регионам, что, в свою очередь, поможет придать ей более системный, взвешенный и последовательный характер.

Во-вторых, до настоящего момента *усилия по повышению финансовой грамотности не были сконцентрированы на отдельных группах населения*. Так, например, наименее охваченными оказались пенсионеры и безработные. В то же время, на реализацию Плана не предусмотрено целевого финансирования, и в этих условиях чрезвычайно важно определить ключевые направления реализуемой деятельности, сосредоточить усилия там, где потребность в них наиболее велика и где проводимая работа будет максимально эффективной.

На наш взгляд, в течение периода реализации второго Плана совместных действий необходимо сосредоточиться на следующих группах населения: школьники, учащаяся молодежь, пенсионеры, работающее население и безработные. Исходя из результатов исследовательской работы, проведенной в рамках Главы 2 данного Отчета, можно предложить ряд рекомендаций государственной политики в области повышения финансовой грамотности населения на 2019 – 2024 годы, которые будут способствовать повышению эффективности работы с указанными группами.

*Школьники.* Необходимо отметить, что в период реализации первого Плана совместных действий с группой школьников велась наиболее активная и серьезная работа. С данной категорией населения регулярно проводятся такие масштабные и хорошо подготовленные системы мероприятий, как Республиканская олимпиада по финансовой грамотности и Неделя финансовой грамотности детей и молодежи, в которых в 2017 году приняло участие свыше 32 тысяч и 500 тысяч школьников соответственно. Можно сказать, что работа со школьниками проводится на высоком уровне и уже доказала свою эффективность: во-первых, охват школьников проводимыми мероприятиями ежегодно заметно увеличивается, во-вторых, уровень владения финансовыми вопросами среди представителей данной группы населения постепенно повышается. Вместе с тем, имеет место определенный дисбаланс в распределении мероприятий по возрастным группам учащихся. Он выражается в том, что большая часть мероприятий (в том числе, наиболее значимый комплекс мероприятий – Республиканская олимпиада по финансовой грамотности), проводимых с учащимися средних учебных заведений, была направлена на старшеклассников, в то время как детям, обучающимся в младшей (1-5 классы) и средней школе (5-9 классы), уделялось намного меньше внимания. В этой связи нам представляется важным в течение периода реализации второго Плана организовать работу таким образом, чтобы обеспечить большую вовлеченность школьников младших и средних классов в проводимые мероприятия. Видимо, для этого потребуется подготовка специальных методических и учебных материалов, учитывающих возрастные особенности детей младшего и среднего школьного возраста.

Кроме того, на наш взгляд, следует увеличить охват мероприятиями детей, проживающих в сельской местности и малых городах, поскольку на данный момент они участвуют в них намного реже, чем учащиеся городских школ, расположенных в крупных населенных пунктах.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

*Учащаяся молодежь (студенты высших учебных заведений, учащиеся средних специальных учебных заведений, профессионально-технических училищ, колледжей, молодежь).* Здесь, на наш взгляд, можно говорить о необходимости налаживания системности в проведении мероприятий, например, проводить мероприятия Недели финансовой грамотности детей и молодежи в определенных учебных заведениях на протяжении некоторого периода времени, что позволит в дальнейшем сопоставить полученные результаты и провести их сравнительный анализ.

*Пенсионеры и люди старшего возраста.* Во-первых, учитывая, что пенсионеры являются одной из наиболее уязвимых групп населения, для которой характерен не только низкий уровень финансовой грамотности, но и чрезвычайно слабая финансовая активность и низкая заинтересованность в использовании инструментов финансового рынка, с этой категорией людей надо вести более активную работу. Это особенно актуально на данном этапе, поскольку пенсионеры (наряду с безработными) относятся к числу групп населения, хуже всего охваченных мероприятиями, проводимыми в исследуемый период. В этой связи имеет смысл проводить больше мероприятий, направленных на работу с пенсионерами, проживающими во всех регионах страны, активнее вовлекать в нее сельское население старшего возраста. Возможно, стоит задуматься о проведении на регулярной основе какого-либо общереспубликанского комплекса мероприятий (например, ежегодно, как в случае с Неделями финансовой грамотности детей и молодежи), который бы позволил вовлечь больше организаций и участников, придать работе по повышению финансовой грамотности данной группы населения более стратегический и направленный характер. Во-вторых, целесообразно проводить больше практикоориентированных мероприятий, в ходе которых люди могли бы приобрести навыки, необходимые им в повседневной жизни: научиться оплачивать коммунальные услуги посредством использования дистанционных форм банковского обслуживания, узнать о механизмах защиты своих прав как потребителей финансовых услуг, научиться отличать добросовестных поставщиков финансовых услуг от мошенников. В-третьих, есть смысл организовать регулярные курсы для пенсионеров на базе домов культуры, библиотек, школ (особенно это актуально для сельской местности и малых городов) с привлечением волонтерского труда, в рамках которых они могли бы повышать свой уровень компьютерных и финансовых компетенций. В-четвертых, на сегодняшний день, когда люди старшего и пожилого возраста не являются активными пользователями интернета, целесообразно размещать публикации и видеоролики, посвященные финансовым вопросам, не в интернете, поскольку многие из них имеют мало шансов дойти до адресата, а на телевидении, в республиканских и местных газетах, на радио, в том числе в тех разделах и программах, которые ориентированы на представителей старшего поколения.

*Работающие.* Для данной целевой группы рекомендуется, во-первых, использовать более разнообразные формы обучения и информирования по вопросам финансовой грамотности. Во-вторых, имеет смысл чаще проводить мероприятия по месту работы, т.к. на сегодняшний день большая их часть связана с отрывом от производства: как правило, обучение проходит на курсах, в рамках которых читаются лекции по финансовой



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

грамотности. В-третьих, необходимо чаще задействовать в обучении работников всех уровней (на данном этапе обучение в большей степени ориентировано на руководителей) и работников сферы сельского хозяйства. В-четвертых, необходимо активнее привлекать к обучению работников организаций частной формы собственности, поскольку до настоящего момента мероприятия охватывали, в основном, работников госсектора.

*Безработные.* Учитывая, что безработные граждане являются одной из наиболее уязвимых и наименее охваченных мероприятиями по повышению финансовой грамотности групп населения, для которой характерны не только низкий уровень финансовой грамотности, но и отсутствие стабильного дохода и слабая финансовая активность, главный вывод очевиден – с этой категорией людей также надо вести более активную работу. На наш взгляд, прежде всего, необходимо направить усилия на выработку навыков финансового планирования и управления бюджетом в условиях низкого уровня благосостояния, информирование о способах получения социальной помощи в сложных жизненных ситуациях и механизмах защиты финансовых прав гражданина. Имеет смысл проводить больше мероприятий, охватывающих безработных, проживающих во всех регионах страны. Кроме того, на наш взгляд, целесообразно развивать направление по оказанию помощи (информационной, консультативной, юридической) безработным гражданам, желающим начать заниматься предпринимательской деятельностью, поскольку это будет способствовать преодолению их социальной и материально-финансовой уязвимости, приведет к созданию новых рабочих мест. Нам представляется, что такие занятия можно проводить на постоянной основе на базе городских и региональных служб занятости по всей республике.

Прежде чем формулировать конкретные индикаторы, по которым будет проводиться оценка деятельности по повышению финансовой грамотности населения, необходимо уточнить субъектов этой деятельности, то есть составить перечень организаций, которые будут задействованы в реализации второго Плана совместных действий. Все организации, принимающие участие в такой работе, можно разделить на два типа. К первому относятся профильные структуры, которые в силу целей и специфики своей деятельности работают с определенными целевыми группами (например, Министерство образования Республики Беларусь изначально ориентировано на работу со школьниками и учащейся молодежью). Второй тип включает широкопрофильные организации, которые в ходе своей работы сталкиваются с разными группами населения, и потому могут вести работу с несколькими группами одновременно (органы исполнительной власти, средства массовой информации, общественные и коммерческие организации и т.д.).

В-третьих, к сложностям, затрудняющим дальнейшую работу в области финансовой грамотности населения на сегодняшний момент, относится *отсутствие четкой системы индикаторов оценки эффективности деятельности*, реализуемой в рамках Плана. Далее представлена система индикаторов, разработанная по итогам научно-исследовательского анализа, проведенного в рамках Глав 1 и 2 данного Отчета, которую мы и предлагаем использовать для оценки эффективности реализации второго Плана. Но,



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

прежде чем переходить к описанию конкретных индикаторов оценки, рассмотрим, что представляет собой национальная система мониторинга и оценки в целом.

Разработка единой национальной системы мониторинга и оценки деятельности по повышению уровня финансовой грамотности подразумевает, что деятельность всех участников, осуществляющих работу по повышению уровня финансовой грамотности на национальном и региональном уровнях, оценивается с использованием одних и тех же базовых инструментов. Это означает использование одного и того же набора ключевых индикаторов и показателей, единой технологии сбора данных и универсальной методики вычисления значений показателей по всей стране. Итак, общая схема системы мониторинга и оценки Плана складывается из следующих составляющих:

1. индикаторы, на основе которых будет проводиться мониторинг и оценка эффективности реализации Плана;
2. источники сбора информации для проведения мониторинга и оценки;
3. методики сбора информации;
4. периодичность сбора информации.

Индикаторы играют важнейшую роль в решении задач стратегического анализа и являются неотъемлемой частью системы оценки деятельности, используются для пространственно-временных сопоставлений, отражают основополагающие цели функционирования субъектов и уровень их осуществления, характеризуют имеющийся стратегический потенциал организаций с точки зрения достигнутого результата. Какими характеристиками должны обладать хорошие индикаторы мониторинга и оценки? Индикатор – это обобщенная характеристика качеств объекта, процесса или его результата, как правило, выраженная в численной форме, с помощью которой оценивается прогресс реализации стратегии, программы и т.п. Выбор индикаторов является одним из важнейших шагов при планировании и осуществлении мониторинга и оценки, требующим тщательного учёта и анализа как теоретических, так и практических аспектов.

Для оценки ситуации эффективности деятельности по повышению финансовой грамотности населения, которая будет осуществляться в рамках второго Плана, мы предлагаем использовать 2 блока индикаторов:

1. количественные индикаторы, характеризующие охват мероприятиями по повышению финансовой грамотности в каждой из целевых групп;
2. индикаторы, содержательно характеризующие состояние и изменение финансовой грамотности населения страны.

Данные блоки логично вытекают из результатов аналитической работы, проведенной в ходе подготовки данного Отчета. Информация, содержащаяся в Главе 2 и направленная на оценку деятельности различных организаций в сфере повышения финансовой грамотности населения, позволила сделать важный вывод о необходимости разработки структурированной отчетности и системы индикаторов количественной оценки реализуемых мероприятий. Этот вывод послужил основанием для выработки Блока количественных индикаторов (Блок 1).

Выводы, сформулированные по результатам анализа данных социологических исследований, изложенных в Главе 1, послужили основой выделения наиболее



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

проблемных аспектов финансовой грамотности населения страны. На основе анализа информации по проблемным точкам определены приоритетные направления работы по повышению финансовой грамотности населения на ближайшую перспективу, которые легли в основу блока так называемых качественных, или содержательных индикаторов (Блок 2). Рассмотрим предложенную систему индикаторов более подробно.

Итак, БЛОК 1 представляет собой набор *количественных* индикаторов, характеризующих охват мероприятиями по повышению финансовой грамотности для каждой из целевых групп. Основанием для формирования численных показателей охвата, рекомендуемых к достижению в следующем отчетном периоде, послужила информация об охватах мероприятиями, проведенными различными организациями страны за предыдущие 5,5 лет (с начала 2013 года по июнь 2018 года). Поскольку эффективность работы в данном контексте мы понимаем как увеличение охвата мероприятиями представителей всех целевых групп, мы – на основе анализа динамики численности охваченных за последние 5,5 лет <sup>2</sup> – предложили рекомендуемое число охвата мероприятиями для каждой группы на ближайшую перспективу. Как формировались рекомендуемые численные показатели? При определении численных значений рекомендуемых охватов для целевых групп учитывался ряд аспектов-целей. Во-первых, сориентировать исполнителей Плана на улучшение показателей предыдущего периода. Во-вторых, предложить такое значение прироста охвата, которого реально добиться в течение ближайших лет. В-третьих, сориентировать исполнителей на то, чтобы уделить больше внимания тем группам, которые в период реализации первого Плана были обделены вниманием (пенсионеры, безработные). Информация о достигнутых за предыдущий и рекомендуемых на следующий отчетный период индикаторах численного охвата представлена в Таблице 17.

<sup>2</sup> Охват мероприятиями школьников, учащихся и работающих за исследуемый период возрос примерно вдвое, пенсионеров – более чем в пять раз. Исключение составила группа безработных – здесь численность охваченных осталась практически неизменной. Когда мы говорим о школьниках, мы в данном случае не учитываем мероприятия, проводимые в рамках Республиканской олимпиады по финансовой грамотности и Недели финансовой грамотности. В связи с тем, что эта деятельность, в отличие от большинства других мероприятий, носит регулярный, четко организованный и достаточно массовый характер, представляется, что ее следует рассматривать отдельно, - и, возможно, разрабатывать отдельные индикаторы оценки для этих комплексов мероприятий.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

Таблица 17.

	Охват, достигнутый за период реализации первого Плана (с января 2013 года по июнь 2018 года), человек	Условный охват на период реализации второго Плана, человек	Условный охват, планируемый на первый год реализации второго Плана, человек <sup>3</sup>
Школьники – охват мероприятиями, проведенными в рамках Олимпиады по финансовой грамотности и Недели финансовой грамотности детей и молодежи	Свыше 500 000	-	-
Школьники – охват мероприятиями, не учитывая мероприятия, проводимые в рамках Олимпиады по финансовой грамотности и Недели финансовой грамотности детей и молодежи	18 552	23 000	3 800
Учащаяся молодежь	8 184	9 200	1 500
Пенсионеры	998	3 600	600
Работающие	8 520	9 600	1 600
Безработные	400	1 200	200

Однако, ввиду того, что обобщение и систематизация имеющейся информации были затруднены по ряду описанных выше причин (в частности, отсутствия единой формы представления данных), информация о численности охваченных школьников, учащихся, пенсионеров, работающих и безработных, является приблизительной, отражающей, скорее, общий порядок цифр, чем точные сведения о количестве охваченных за предыдущий отчетный период. По этой причине предлагается рассматривать рекомендуемые численные показатели по целевым группам в качестве общего ориентира, который на этапе подготовки второго Плана совместных действий рекомендуется уточнить в ходе переговоров с организациями, заинтересованными в

<sup>3</sup> В оценке мероприятий, проводимых в рамках Олимпиады по финансовой грамотности, предлагается ориентироваться, прежде всего, на качественные показатели, которые в данном случае помогут более эффективно оценить проводимую работу, чем достижение тех или иных цифр охвата, которые на данном этапе уже весьма высоки. Качественными показателями оценки эффективности работы со школьниками могут быть следующие: увеличение охвата учащихся младших и средних классов, разработка пособий с учетом возрастных особенностей учащихся. Безусловно, численные показатели имеет смысл также фиксировать, но ставить конкретную цель повышения охватов школьников мероприятиями, на наш взгляд, необязательно.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

проведении этой работы и нацеленными на ее реализацию в течение следующего отчетного периода. Нам также представляется, что после согласования с заинтересованными организациями целесообразно определить численные ориентиры охватов по целевым группам не на весь период реализации второго Плана, а только на ближайший год. Это позволит по итогам первого года работы оценить реальную картину, основанную на достоверных цифрах охватов (предполагается, что это станет возможным благодаря внедрению унифицированной формы отчетности), и при необходимости скорректировать рекомендуемые значения количественных индикаторов по группам на дальнейшую перспективу.

Сбор информации, необходимой для расчёта данного блока индикаторов, будет осуществляться путём анализа информации, содержащейся в данных отчетной документации организаций (формализованной и упорядоченной в соответствии с представленными выше критериями), реализующих мероприятия в области финансовой грамотности.

### **БЛОК 1: КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИНДИКАТОРЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ОХВАТ МЕРОПРИЯТИЯМИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В КАЖДОЙ ИЗ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП**

#### Индикаторы 1.1–1.5. Охват мероприятиями

Формулировка индикатора: Число граждан, охваченных мероприятиями по повышению финансовой грамотности	
Методика расчета	Номинальное число школьников (индикатор 1.1), учащейся молодежи (индикатор 1.2), пенсионеров (индикатор 1.3), работающих (индикатор 1.4), безработных (индикатор 1.5), охваченных мероприятиями
Рекомендуемое значение показателя	3 800 школьников к концу первого отчетного года, за вычетом охваченных мероприятиями, проводимыми в рамках Олимпиады по финансовой грамотности и Недели финансовой грамотности 1 500 человек из числа учащейся молодежи к концу первого отчетного года 600 пенсионеров к концу первого отчетного года 1 600 работающих к концу первого отчетного года 200 безработных к концу первого отчетного года
Источник данных	Статистические данные отчетной документации
Периодичность предоставления данных	Ежеквартально

БЛОК 2 включает в себя 6 индикаторов, предназначенных для оценки текущего состояния и динамики финансовой грамотности населения.

Для оценки ситуации рекомендуем использовать два блока индикаторов: 1) индикаторы финансовых знаний и навыков, 2) индикаторы финансового поведения.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

В данном случае мы выбираем для оценки только индикаторы, минимально связанные с уровнем развития финансовых рынков, доступностью тех или иных финансовых услуг или продуктов или ситуативными изменениями на финансовых рынках и в экономике в целом. Выстраивая систему индикаторов таким образом, мы исходим из того, что финансово грамотный человек может, например, не пользоваться теми или иными финансовыми продуктами, и в ряде ситуаций это, наоборот, будет подтверждением его способности хорошо ориентироваться в финансовых вопросах, или доля населения, использующего дистанционные формы банковского обслуживания, может в большей степени объясняться развитием и распространением информационных технологий в обществе, нежели улучшением финансовой грамотности людей.

Поэтому, формируя перечень индикаторов, мы стремимся к тому, чтобы максимально «очистить» их от внешних факторов и остановиться на тех, которые позволят оценить финансовую грамотность индивида и его умение реализовывать разумные стратегии финансового поведения, оценивать финансовые риски, принимать обоснованные финансовые решения, защищать свои права как потребителя финансовых услуг и т.д. вне зависимости от того, что на данный момент происходит на финансовых рынках, каково материальное положение индивида и его семьи, стабильна ли экономическая ситуация в стране и т.д.

Сбор информации, необходимой для расчёта данного индикатора, будет осуществляться путем проведения исследований (республиканских опросов населения) и анализа их результатов.

## **БЛОК 2: ИНДИКАТОРЫ, СОДЕРЖАТЕЛЬНО ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ СОСТОЯНИЕ И ИЗМЕНЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ**

### Индикатор 1. Уровень знаний по финансовой математике

Формулировка индикатора: Доля населения, правильно ответившего на все вопросы теста по финансовой математике	
Методика расчета	Доля респондентов, правильно ответивших на все вопросы теста Тест включает простые математические задачи по следующим темам: 1. вычисление уровня инфляции; 2. вычисление ставки по кредиту; 3. вычисление ставки по вкладу.
Источник данных	Данные социологических исследований
Периодичность предоставления данных	Один раз в 6 лет, на последнем году реализации Плана



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID

## Индикатор 2. Финансовая осведомленность

Формулировка индикатора: Доля населения, правильно ответившего на все вопросы теста по финансовой осведомленности	
Методика расчета	Доля респондентов, правильно ответившего на все вопросы теста по финансовой осведомленности Тест включает вопросы по следующим темам: 1. гарантии банковских вкладов; 2. обязательства поручителей по кредитам 3. способы защиты прав потребителей финансовых услуг; 4. насколько систематически респондент отслеживает изменения на финансовых рынках; 5. изучает ли респондент финансовый рынок при выборе финансовой услуги; 6. способность респондента оценить финансовые риски при выборе финансовой услуги, способность отличить добросовестного поставщика финансовых услуг от недобросовестного; 7. осведомленность о штрафных санкциях за несвоевременную выплату обязательств по кредитам.
Источник данных	Данные социологических исследований
Периодичность предоставления данных	Один раз в 6 лет, на последнем году реализации Плана

## Индикатор 3. Наличие финансовой цели

Формулировка индикатора: Доля населения, имеющего финансовую цель	
Методика расчета	Доля респондентов, имеющих финансовую цель
Источник данных	Данные социологических исследований
Периодичность предоставления данных	Один раз в 6 лет, на последнем году реализации Плана

## Индикатор 4. Планирование личного и семейного бюджета

Формулировка индикатора: Доля населения, планирующего личный и семейный бюджет на краткосрочную, среднесрочную, долгосрочную перспективу	
Методика расчета	Доля респондентов, планирующих личный и семейный бюджет на краткосрочную, среднесрочную, долгосрочную перспективу
Источник данных	Данные социологических исследований
Периодичность предоставления данных	Один раз в 6 лет, на последнем году реализации Плана

## Индикатор 5. Ведение учета личных и семейных доходов и расходов

Формулировка индикатора: Доля населения, ведущего учет личных и семейных доходов и расходов	
Методика расчета	Доля респондентов, ведущих письменный учет личных и семейных доходов и расходов
Источник данных	Данные социологических исследований
Периодичность предоставления данных	Один раз в 6 лет, на последнем году реализации Плана

## Индикатор 6. Наличие сбережений

Формулировка индикатора: Доля населения, имеющего сбережения	
Методика расчета	Доля респондентов, имеющих сбережения
Источник данных	Данные социологических исследований
Периодичность предоставления данных	Один раз в 6 лет, на последнем году реализации Плана

Для оценки эффективности деятельности по повышению финансовой грамотности в различных группах населения каждый из представленных индикаторов может быть рассчитан для определенной целевой группы (школьники, учащаяся молодежь, пенсионеры, работающие, безработные).

Анализ данных по представленному перечню индикаторов позволит: 1) сформировать более полное представление о ситуации в сфере финансовой грамотности; 2) определить масштабы и направления изменения ситуации по финансовой грамотности во времени; 3) оценить насколько достигаются поставленные цели и задачи в ходе реализуемой деятельности по финансовой грамотности; 4) оперативно отслеживать ход реализации Плана и при необходимости вносить в него необходимые корректировки.



Проект «Улучшение доступа к финансовым ресурсам сельского населения Беларуси»,  
реализуемый Республиканским Микрофинансовым Центром  
(Беларусь) при поддержке USAID