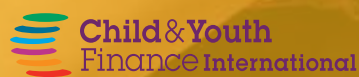




ДЕТИ И ФИНАНСЫ 2.0 БЕЗОПАСНОСТЬ СБЕРЕЖЕНИЙ И РАСЧЕТОВ



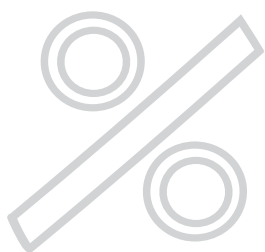
ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:





ДЕТИ И ФИНАНСЫ 2.0

БЕЗОПАСНОСТЬ СБЕРЕЖЕНИЙ И РАСЧЕТОВ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



МОСКВА, 2017



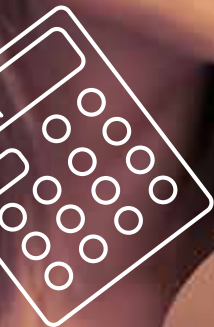
УДК 351.82
ББК 65.497.4
А 72

А 72 **Дети и финансы 2.0: Безопасность сбережений и расчетов /**
Авторы: Антонян С.С., Имаева Г.Р., Аймалетдинов Т.А., Баймуратова Л.Р, Шарова О.А.;
Аналитический центр НАФИ. – М.: Издательство НАФИ, 2017. – 72 с.

УДК 351.82
ББК 65.497.4

ОГЛАВЛЕНИЕ

О ПРОЕКТЕ	4
РЕЗЮМЕ	8
МЕТОДОЛОГИЯ	11
РАЗДЕЛ 1.	
СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ ДЕТЕЙ	12
Разнородный состав игроков детского банкинга	13
Определение финансовых рисков детской аудитории	16
Инициативы международных финансовых организаций	24
Стандартные решения банков для обеспечения финансовой защиты	32
Альтернативные решения для финансовой защиты	34
РАЗДЕЛ 2.	
ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ К ВОПРОСАМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ	44
Резюме	45
Восприятие безопасности финансовых продуктов	46
Формирование финансового поведения и основ финансовой грамотности в семье	48
Пользование финансовыми продуктами и услугами	51
Осведомлённость о фактах мошенничества с банковскими картами и способах борьбы с ним	51
Знание специализированных финансовых продуктов и услуг для детей и подростков	52
Отношение к инициативам по обеспечению финансовой защиты детей и подростков	53
РАЗДЕЛ 3.	
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАКТИКИ ОБУЧЕНИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ	56
Полноценное информирование	57
Выращивание «опытной» клиентской аудитории	57
Комплементарное обучение финансовой и технологической грамотности	58
Использование формата обучающих занятий	60
Инклюзивное обучение финансовой грамотности	61
ПРИЛОЖЕНИЯ	64
Приложение 1	65
Приложение 2	68
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ	70



О ПРОЕКТЕ



**ИМАЕВА ГУЗЕЛИЯ**

Генеральный директор Аналитического центра НАФИ

Дети – ключевая аудитория и отправная точка для развития «финансово грамотного общества будущего» в любой стране. Но в то же время, это одна из наиболее уязвимых категорий граждан. Обладая большим потенциалом к обучению и стремлением к постижению инновационных продуктов, дети и подростки тем не менее не могут самостоятельно принимать решения и нести за них ответственность. Поэтому учитывая ограниченную дееспособность несовершеннолетних, особенно тщательно нужно подходить к вопросам обеспечения безопасности финансовых операций. Ведь одновременно важно, во-первых, обеспечить максимальную защиту всех операций, а во-вторых, развивать у детей интерес и желание грамотно использовать и познавать финансовые продукты.

Проведенное комплексное исследование будет полезно всем участникам рынка для разработки долгосрочной стратегии формирования правового поля, с учетом потребностей детей и родителей, с одной стороны, и принимая во внимание передовой опыт международных организаций и возможностей финансовых учреждений в нашей стране, с другой стороны.

**АНТОНЯН СЕРГЕЙ**

Руководитель направления исследований финансовых технологий Аналитического центра НАФИ, руководитель проекта «Дети и финансы 2.0»

Для ребенка деньги являются олицетворением свободы и взрослой жизни. Главный вызов для того, кто закладывает основы финансовой грамотности у детей и подростков – научить их пользоваться этой свободой: привить навыки ответственного и рационального отношения к финансам, сформировать иерархию ценностей, в которой деньги занимают важное, но не абсолютное место. Повышение финансовой грамотности подрастающего поколения не только создаёт фундамент для воспитания разумных потребителей финансовых услуг и повышения стабильности экономики в будущем, но оказывает позитивное воздействие на общество сегодня, ведь часто дети становятся проводниками знания в семье, помогают своим родителям адаптироваться к новому.

Исследование «Дети и финансы 2.0» – это ещё один важный шаг на пути формирования цивилизованного рынка финансовых услуг в России, на котором финансово грамотные и ответственные потребители имеют доступ к безопасным финансовым продуктам и услугам.



АЛЕКСЕЙ МАЛИНОВСКИЙ

Глава Mastercard в России

Вопрос о том, нужны ли ребенку деньги и банковские карты, достоин самого глубокого внимания. Ответ на него требует непредвзятого исследования того, как меняется мир, что за технологии доступны сегодня человеку, и каковы критерии правильного выбора.

Платежные инновации меняют жизнь людей, помогают повысить ее качество. Я уверен, что детям и подросткам нужен доступ к финансовым знаниям и соответствующим возрастным сервисам – чтобы формировать навыки, которые необходимы во взрослой жизни.

Mastercard отмечает 20 лет работы в России. Мы гордимся тем, что за это время мы создали продукты для людей самого разного возраста, в том числе для школьников и студентов. Карты Mastercard помогают управлять собственными средствами, учат взаимодействию с банками, становятся надежными спутниками в путешествиях.

Во всем мире Mastercard инициирует и поддерживает исследовательские и образовательные проекты. Мы рады, что вновь с нашим участием публикуются материалы общероссийского аналитического проекта «Дети и финансы». Уверен, что это важный вклад в поиск правильных ответов на вопрос о детских финансах.



ДАМИР БАТТУЛИН

Председатель Правления АО «БИНБАНК кредитные карты»

Сегодня часто обсуждается вопрос финансового воспитания детей и молодежи. Казалось бы, зачем банкам заниматься финансовым образованием детей, разрабатывать для них отдельные продукты? Действительно, денег на этом не заработаешь. Но плох тот бизнес, который не смотрит в будущее. Давая сегодня детям базовые знания по финансам, завтра мы получаем сознательных клиентов.

Важно не изолировать ребенка от мира финансовых вопросов. Напротив – на простом и понятном языке объяснять «денежные» ситуации, с которыми сталкивается семья. В век цифровых технологий дети быстро учатся разбираться с планшетами и смартфонами, а вот самостоятельный поход в магазин «у дома» за хлебом может вызвать большие затруднения.

Мы предлагаем детям на практике постигать житейские финансовые азы, выпуская им «Карты Юниора», с помощью которых дети пробуют разные финансовые действия – от оплаты в магазинах до накоплений и получения дохода. Помимо карты создан образовательный портал для детей и мистический финансовый мир комикса «Хранители».

Детство проходит быстро. А взрослая жизнь требует и финансового планирования, и умения сберегать, разумно тратить, а в случае необходимости – брать кредиты без обременительных нагрузок на бюджет. Мы уверены, что совместная работа в области повышения финансовой грамотности молодого поколения очень скоро принесет плоды.



АНАТОЛИЙ ГАВРИЛЕНКО

Председатель Экспертного совета по финансовой грамотности при Банке России, Председатель Совета директоров Ассоциации «НП РТС»

От умения нынешних детей правильно обходиться со своими карманными деньгами, зарабатывать деньги, распознавать действия мошенников, зависит качество финансовой и банковской системы будущего, экономики страны и благосостояние граждан. Дети очень быстро учатся, часто рассказывают о каких-то новых программах или гаджете, о которых мы ещё ничего не знали. Сегодня это может быть онлайн-банк, а завтра – биржевой терминал.

Поощряйте любознательность детей, в том числе финансовую и цифровую! Я всячески приветствую деятельность НАФИ по работе над темой «Дети и финансы». Именно мы, взрослые, сделали этот финансовый мир таким сложным. И наша прямая ответственность – обеспечить молодёжи безопасный доступ на этот рынок.

**АННА ЗЕЛЕНЦОВА**

Координатор совместного проекта Министерства финансов Российской Федерации и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации», сопредседатель подгруппы по финансовой грамотности и защите прав потребителей Глобального партнерства за финансовую доступность Группы двадцати (G20)

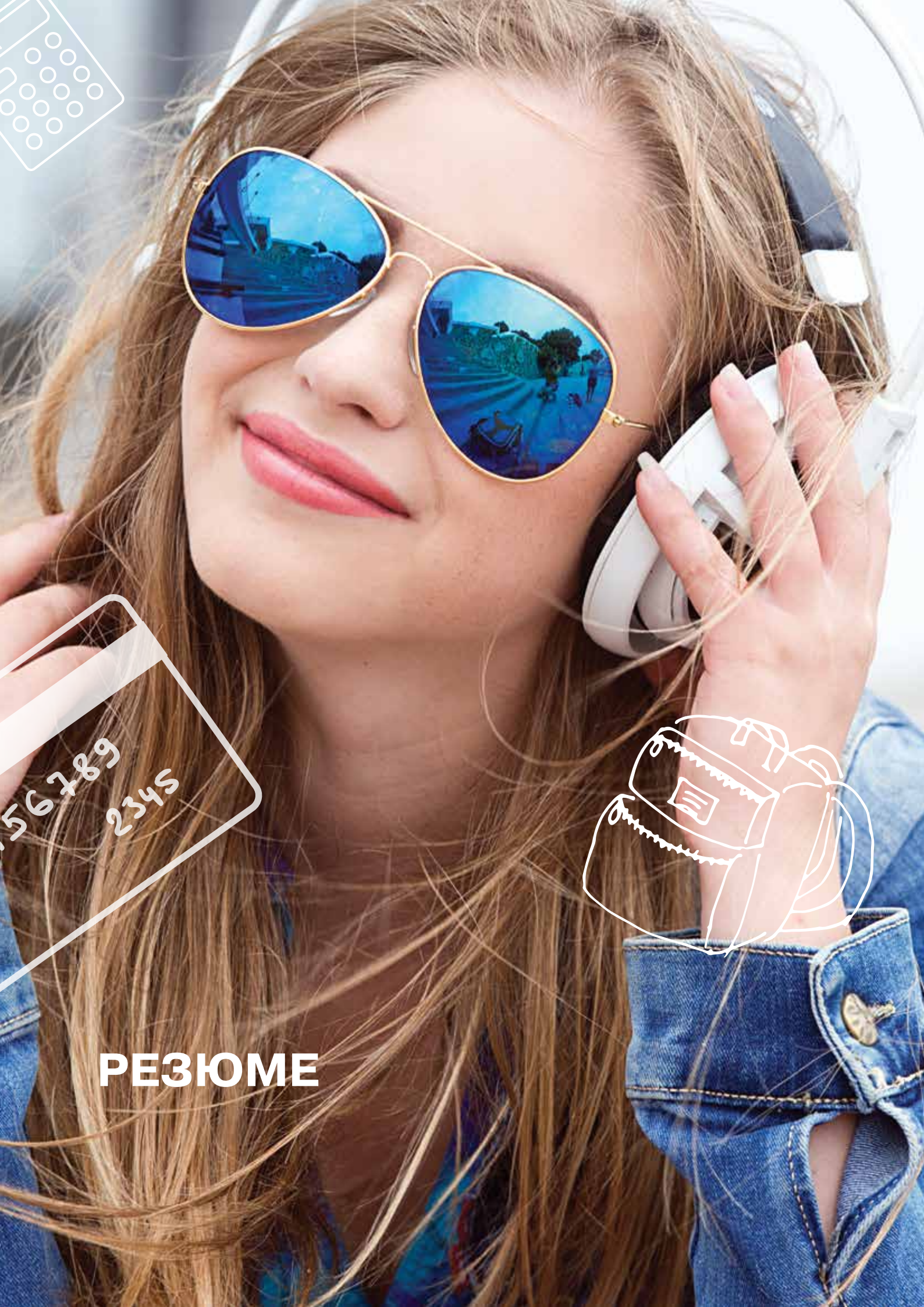
В рамках проекта Министерства Финансов РФ «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» дети и молодежь являются важной целевой аудиторией, а тема финансовой безопасности этих групп является одной из наиболее сложных и значимых для успешного воплощения всего комплекса мероприятий.

Проведенное Аналитическим центром НАФИ исследование затрагивает очень важную и деликатную тему – финансовую безопасность детей. Помимо анализа международного опыта и практических кейсов, проект затрагивает изучение потребностей самой детской аудитории, а также понимание важности этой проблемы родителями. Для кредитно-финансовых организаций информация, представленная в проекте «Дети и финансы 2.0», поможет сформировать новые подходы для обеспечения безопасности финансовых операций среди детской аудитории, а также разнообразить палитру имеющихся продуктов с учетом запросов родителей и детей.

**КАРИНА АВАКЯН**

Старший консультант, Child & Youth Finance International (CYFI), Нидерланды

CYFI поддерживает трехсторонний подход к вопросам повышения финансовых способностей населения – невозможно отдельно говорить о финансовой грамотности потребителя и степени доступности финансовых услуг без принятия во внимание механизма защиты прав потребителей. Рамка защиты прав потребителей финансовых услуг должна работать для всех потребителей на рынке, однако некоторые группы являются особо уязвимыми и подвержены рискам. К их числу относятся дети и молодежь, не имеющие достаточного предыдущего опыта в финансовых услугах. Принимая во внимание растущее понимание важности знакомства детей с миром финансов с раннего возраста и растущий спрос со стороны детей и их родителей, все большее количество банков предлагают этому сегменту специальные сберегательные и платежные продукты. Однако для предоставления безопасного продукта регуляторы и финансовые институты должны принимать во внимание особенности этой аудитории. Данный отчет включает в себя обзор различных механизмов и лучших практик в этой сфере и является очень своевременным ответом на стоящие перед сектором вызовы. CYFI поддерживает дальнейшую работу, направленную на исследование нужд детей для их участия и включения в финансовую сферу.



56789
2345

РЕЗЮМЕ

- В настоящий момент практически во всех макрорегионах мира прослеживается тенденция, связанная с трансформацией детского банкинга из нишевого сегмента в полноценное, но продолжающее оставаться специализированным, направление банковского бизнеса. В таких странах, как США, Германия, Великобритания, Австралия, принято знакомить детей с понятием финансов с раннего возраста (3–5 лет). Действующее законодательство этих стран, как правило, также адаптировано и позволяет детям пользоваться различными финансовыми инструментами для платежей, переводов, накопления и сбережения средств. В ряде развивающихся стран, например в Эфиопии, законодательство также позволяет несовершеннолетним детям открывать банковские счета, в случае их законной занятости или вступления в брак.

В развивающихся странах также прослеживается тренд, направленный на формирование банковских (сберегательных) продуктов для детей и молодежи, часто в контексте национальных и международных программ, которые призваны расширить финансовую доступность для населения. Примерами таких программ являются: консорциум YouthSave (by New America Foundation и Save the Children), а также крупнейшая программа YouthStart, запущенная Международным Фондом ООН по капитальному развитию (UNCDF) и поддержанная Фондом Mastercard. На протяжении 4 лет программа YouthStart разработала более 17 новых банковских продуктов в кооперации с 10 финансовыми институтами в Эфиопии, Гане, Руанде и других странах, которыми воспользовались более 200 000 молодых людей. В России Mastercard реализует кампусные проекты с вузами более, чем в 40 регионах.

Таким образом, тенденция на предоставление банковских услуг сегменту «дети и молодежь» набирает обороты во всех регионах мира с различной степенью развития финансовых рынков, хотя и имеет особенности в каждом из них.

- Традиционными участниками, проявляющими активность в сфере детского банкинга, во всем мире являются классические банки с ключевым «детским» продуктом – вкладами или сберегательными счетами. Инновационные игроки, ФинТех-проекты, предлагающие уникальные технические разработки, также проявляют интерес к теме «детских финансов». Банки также

заинтересованы в инновационных комплексных решениях и активно продвигают это направление. Особую роль в развитии детских финансов играют международные платежные системы (Visa, Mastercard), разрабатывающие специализированные карточные продукты, электронные сервисы, а также участвующие в национальных проектах, связанных с обучением финансовой грамотности взрослых и детей. Однако общепринятых стандартов, определяющих возможности «детских» решений, на данный момент в мире не сформировалось. Каждый участник реализует проекты детского банкинга исходя из своего представления о функционале и безопасности «детских» финансовых инструментов.

- Разнородный состав игроков в активно формирующемся сегменте детского банкинга на фоне усиления роли электронных технологий может повлечь за собой новые риски, связанные с качеством услуг и информационной безопасностью предлагаемых продуктов и сервисов.

- По мере того, как растет вовлеченность детско-подростковой аудитории в финансовую отрасль, международные и национальные финансовые институты (CYFI, World Bank, Mastercard, OECD) начинают осознавать необходимость разработки и внедрения системы стандартизации и сертификации детских финансовых продуктов и услуг. Несмотря на имеющиеся отличия, практически все существующие на сегодняшний день подходы к этой проблеме базируются на шести основных принципах – доступности, прозрачности, контроле, безопасности, законности, возможности обучения пользования финансами.

- Таким образом, на данный момент под безопасным финансовым продуктом для детей и подростков понимается комплексный финансовый инструмент, формирующийся преимущественно на базе сберегательного и/или расчетного счета, управляемый ребенком или подростком под обязательным контролем взрослых, предполагающий обучение финансовой грамотности в процессе использования и доступный через адаптированную под потребности детско-подростковой аудитории развитую систему каналов продаж, управления продуктом и коммуникации.

- Большинство финансово-кредитных организаций в целях обеспечения финансовой защиты

детей идут по достаточно простому пути: сами ограничивая возможности детских и подростковых банковских продуктов. Также банки активно используют средства для управления и контроля личных финансов, ставшие стандартными для взрослой аудитории, – опции самостоятельного установления лимитов по картам, настройка SMS и E-mail уведомлений и аналогичные инструменты. Банки в качестве одного из ключевых методов защиты используют родительский контроль, заключающийся в ограничении спектра и размера операций детей.

- Другой, не менее популярный, подход к обеспечению финансовой защиты при пользовании «детскими» банковскими продуктами, заключается во внедрении решений на основе новых технологий, например, NFC, биометрия, спутниковая навигация. На рынке представлено множество концептуальных решений, связанных с безопасностью транзакций и идентификацией

пользователей, интегрированных на данный момент только во «взрослые» финансовые продукты и сервисы, которые могут с успехом адаптироваться к детскому банкингу.

- По мнению большинства участников финансового рынка, обучение финансовой грамотности с самого детства является одним из лучших долгосрочных средств финансовой защиты и формирования осознанного потребления финансовых продуктов у будущих поколений клиентов. В настоящий момент правительственные и финансовые организации мира реализуют различные образовательные проекты (обучающие Интернет-порталы, семинары и тренинги, конкурсы, тематические площадки инклюзивного обучения и др.), которые позволяют сформировать у детей рациональное отношение к распоряжению денежными средствами в будущем, а также умение пользоваться комплексными банковскими продуктами.



МЕТОДОЛОГИЯ

В исследовании использовались следующие методы сбора и анализа информации:



Кабинетное исследование, включавшее анализ открытых и полузакрытых источников информации.



Всероссийский опрос родителей, детей и подростков, методом полуструктурированного интервью по месту жительства респондента.

Выборочная совокупность репрезентирует взрослое (старше 18 лет) и детское население (14-17 лет) Российской Федерации по полу, возрасту, уровню образования, а также типу населенного пункта, в котором проживает респондент. Также репрезентированы отдельные федеральные округа РФ.

Схема реализации выборочной совокупности обеспечивает выборку респондентов со следующими плановыми характеристиками:

суммарный объем реализуемой выборочной совокупности

не < 1663 человек

число субъектов РФ, в которых реализуется выборка

не < 40

число населенных пунктов (административных территориальных единиц – АТЕ)

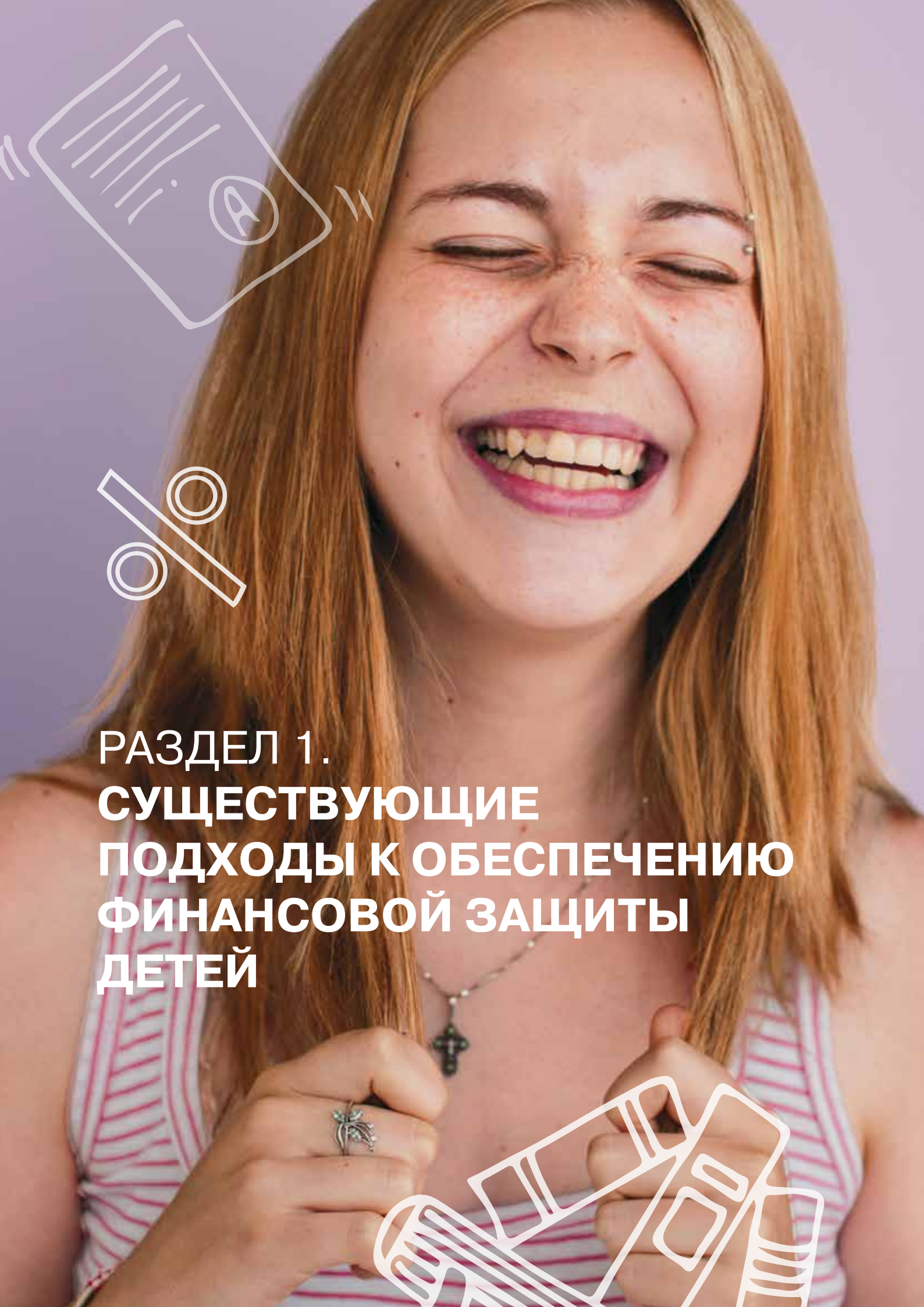
не < 150

число респондентов в одном населенном пункте (АТЕ)

не < 5 человек

погрешность выборки

3,4 %



**РАЗДЕЛ 1.
СУЩЕСТВУЮЩИЕ
ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ
ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ
ДЕТЕЙ**

РАЗНОРОДНЫЙ СОСТАВ ИГРОКОВ ДЕТСКОГО БАНКИНГА

Во многих странах, например, в США, Великобритании и Австралии, родители начинают приобщать детей к финансам, накоплению денежных средств и управлению тратами с раннего возраста (3–5 лет), когда те научатся считать. В настоящий момент существенный вклад в приучение детско-подростковой аудитории к пользованию деньгами вносят кредитно-финансовые организации, уделяющие повышенное внимание детским финансам: разрабатываются и предлагаются соответствующие продукты, проводится обучение детей и подростков финансовой грамотности. Банками предлагаются

как уникальные разработки, ориентированные на детскую и подростковую аудиторию, так и облегченные «взрослые» продукты и сервисы. Спектр существующих решений достаточно широк. Однако общепринятых стандартов, определяющих возможности «детских» решений, на данный момент в мире не сформировано. Каждый участник финансового рынка реализует проекты детского банкинга исходя из своего представления о функционале и безопасности «детских» финансовых инструментов, но с обязательным учетом требований действующего законодательства.

Ключевые направления в сфере детского банкинга

	Финансовые продукты	<ul style="list-style-type: none"> • Сберегательные счета и вклады • Дебетовые и предоплаченные карты • Инвестиционные решения • Уникальные точечные продуктовые решения
	Финансовые продукты и сервисы	<ul style="list-style-type: none"> • Мобильный и Интернет-банк • Адаптированные платежные приложения • Сервисы для управления личными финансами • Уникальные точечные сервисные решения
	Программы обучения финансовой грамотности	<ul style="list-style-type: none"> • Печатные материалы • Электронные материалы: текстовые и видео • Тематические Интернет-порталы • Прочие обучающие решения

Традиционными участниками финансового рынка, проявляющими активность в сфере детского банкинга во всем мире, являются **розничные и универсальные банки**, предлагающие как классические финансовые продукты – вклады и сберегательные счета, так и становящиеся все более популярными **технологичные и комплексные продукты** – электронные вклады, открываемые в Интернет-банке, бесконтактные банковские карты с возможностью управления через мобильное приложение, новые платежные форм-факторы в виде электронных брелоков или смарт-браслетов и др. Популярности подобных продуктов способствует технологическая грамотность подростков.

На финансовый рынок выходят новые игроки – ФинТех проекты, которые стремятся отобрать

часть клиентов у традиционных банков за счёт уникальных технических разработок. Их проникновение на розничные финансовые рынки, в том числе и в сегмент детского банкинга, происходит практически во всех макрорегионах мира. Наиболее высокая концентрация ФинТех проектов наблюдается в развитых странах, которые обладают лидерством в сфере информационных технологий, а также необходимой банковской инфраструктурой и высокой финансовой культурой населения. На развивающихся рынках, включая РФ, также прослеживается указанная выше тенденция, но темпы проникновения новых участников заметно ниже. При этом классические банки также заинтересованы **в новых комплексных решениях и активно развивают это направление.**

Примеры продуктов и услуг детского банкинга

Финансовая организация	Страна	Краткое описание продуктов и услуг для детско-подростковой аудитории
ФИНАНСОВЫЕ ПРОДУКТЫ		
	РФ	Доходная дебетовая карта «Юниор» для детей от 6 до 17 лет для платежей и снятия наличных денежных средств в банкоматах. Оформление карты возможно при наличии у родителей ребёнка любой карты БИНБАНКа.
	Кипр	Вклад Winner's Team , разработанный специально для детей в возрасте от 0 до 13 лет, открываемый родителями на имя ребенка. При оформлении депозита ребенок получает в подарок копилку в виде бегемота. На его имя выпускается детская карта, и ребенок становится участником клуба Winner's Team, где, посещая специальные занятия, в игровой форме обучается финансовой грамотности.
	Китай	Семейство дебетовых карт Baby Growth Card China UnionPay для детей и родителей. Комплект состоит из карты ребенка и карт матери и отца. Родители могут использовать «Baby Growth Card», чтобы научить своих детей пользоваться банковской картой, тем самым помогая им установить правильные взгляды на деньги.
ФИНАНСОВЫЕ СЕРВИСЫ		
	США	Электронный сервис Virtual Piggy предоставляет родителям возможность в игровой форме и ярком интерфейсе обучать детей управлению финансами – тратам и накоплению средств. На сайте ребенку доступен электронный кошелек, контролируемый его родителями.
	Великобритания	Мобильное приложение Osper дает возможность несовершеннолетним пользователям предоплаченной карты управлять счётом посредством смартфона (платежи и переводы, просмотр истории транзакций и др.).
	Великобритания	Предоплаченная дебетовая карта и приложение для смартфона , разработанная в партнерстве с Mastercard, позволяет детям 8-18 лет проводить операции, сохранять денежные средства и обучаться управлению своим бюджетом и деньгами.
	Новая Зеландия	Цифровая безналичная копилка Clever Kash в виде желтого слоненка с цифровым экраном на животе, отображающим баланс сбережений ребенка. Перевод денежных средств осуществляется с помощью мобильного приложения.

	РФ	<p>Сервис «Ладощки», реализуемый в рамках проекта «Школа будущего», позволяет оплачивать обеды в школьной столовой с помощью биометрической информации ребенка: по уникальному рисунку капиллярных нитей на ладони либо отпечатку пальца.</p>
	Польша	<p>PKO Bank Polski предлагает детям младше 13 лет геймифицированный Интернет-банк PKO Junior с расчётно-сберегательным счётом для платежей, переводов и накоплений.</p>
ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ		
	Австралия	<p>The Beanstalk – онлайн-портал, который предлагает взрослым и несовершеннолетним клиентам банка статьи и видео-материалы для обучения управлению денежными средствами, а также инструменты для ведения учета расходов.</p>
	Великобритания	<p>Проект SchoolBank – мини-отделения банка HSBC в зданиях британских школ. В SchoolBank работают школьники в возрасте от 7 лет. Для них доступны несколько вакансий, в том числе: кассир, консультант по продажам, администратор. Чтобы быть принятым на работу, ребенок должен пройти собеседование с сотрудниками банка HSBC. Под их руководством дети, принятые на работу, обучаются работе банковского персонала, после чего они могут помогать разбираться в продуктах банка другим детям.</p>

Особую роль в развитии детских финансов играют международные платежные системы, такие как глобальные Visa и Mastercard или японская JCB, разрабатывающие специализированные карточные продукты, электронные сервисы, а также участвующие в национальных проектах, связанных с обучением финансовой грамотности взрослых и детей.

Потенциальными участниками рынка могут стать инновационные игроки – мобильные платежные системы от производителей смартфонов, например, ApplePay или SamsungPay; международные и локальные электронные платежные системы, например, PayPal; так называемые проекты in-store банкинга, когда торгово-сервисные предприятия на базе имеющихся клиентских данных и точек продаж предлагают текущим клиентам банковские услуги под собственным брендом, например, Tesco или Walmart. На данный момент в продуктовых портфелях этих игроков отсутствует категория «детских» финансовых продуктов,

но вполне вероятно, что они по мере своего расширения также обратят внимание на перспективный розничный сегмент детских финансов.

Подобное изменение структуры рынка розничных финансов в целом и детских финансов в частности – закономерная тенденция в контексте массовой диджитализации¹ бизнес-процессов, а также роста популярности Интернет-сервисов (социальные сети, тематические детские и молодежные Интернет-порталы, онлайн игры) среди детской и подростковой аудитории, в том числе в глобальном масштабе.

Становящийся все более популярным и коммерчески выгодным, сегмент услуг по обучению финансовой грамотности привлекает участников внефинансовой сферы² – учреждения, занимающиеся дополнительным развитием детей дошкольного и школьного возрастов, телевизионные компании, реализующие детские развлекательные и обучающие проекты (между-

¹ Диджитализация, цифровизация – перевод всех бизнес-процессов в цифровую форму.

² Но в качестве консультантов могут привлекаться финансово-кредитные организации.

народный проект «Улица Сезам»), тематические детские парки (международные тематические площадки инклюзивного обучения детей и подростков «Кидбург» и «Кидзания») и др.

Разнородный состав игроков активно формирующегося глобального сегмента детского банкинга на фоне усиления роли информационных технологий может повлечь за собой новые рис-

ки, связанные с качеством услуг и информационной безопасностью предлагаемых продуктов и сервисов. Вследствие чего сертифицирование финансовых решений для детской аудитории становится все более актуальным, в том числе для контроля качества предлагаемых продуктов и услуг и их соответствия особенностям психофизического развития детей различных возрастов.

Активность ключевых игроков в сфере детского банкинга

	Финансовые продукты	Финансовые сервисы	Обучение финансовой грамотности
Классические банки	+	+	+
Микрофинансовые организации	+	-	+
Финансово-технические проекты	+	+	-
Потенциальные новые участники: <ul style="list-style-type: none"> • социальные сети • электронные платежные системы • инвестиционные компании и др. 	+	+	+

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ ДЕТСКОЙ АУДИТОРИИ

Детский бандинг постепенно становится массовым явлением во всем мире. По мере роста популярности детских продуктовых и сервисных решений начинает остро ощущаться необходимость создания и/или совершенствования правового регулирования взаимоотношений между финансово-кредитными организациями и детьми и подростками. При этом законодатели многих стран стараются учитывать особенности психического и физиологического развития ребенка, его возможности самостоятельно принимать решения, в том числе финансовые, а также нести ответственность за совершаемые действия.

По причине ограниченной дееспособности несовершеннолетних, основным способом обе-

спечения финансовой безопасности становится контроль родителей за действиями детей. Однако в большинстве случаев дальше общих финансовых понятий, как, например, расчетный или сберегательный счет, дело не идет, а детальное описание доступного функционала и возможностей его использования практически отсутствует, за исключением локальных законодательных решений. К таким положительным случаям точечного законодательного регулирования можно отнести, например, решение Министерства образования и науки республики Татарстан о блокировании платежей для приобретения алкогольной и табачной продукции при оплате ребенком или подростком школьной картой на территории региона. Кроме того, финансовое право не всегда «успевает» за прогрессом,

сопровождаям развитие онлайн банкинга и финансовых услуг формата O2O³, чьи решения также активно используются в направлении детских финансов во всем мире.

По результатам анализа текущего законодательства макрорегионов мира (Северная и Латинская Америка, Западная и Восточная Европа, Австралия, Центральная и Восточная Азия, Ближний Восток и Южная Африка) можно выделить три ключевые обобщенные возрастные категории, различающиеся между собой правами и возможностями по оформлению и использованию финансовыми продуктами и сервисами: 0-4 года, 5-13 лет, 14-17 лет⁴.

При описании финансовых прав ребенка указываются общие направления (например, право осуществлять платежи) без детального описания форматов реализации, а финансово-кредитные организации, исходя из существующих норм, предлагают определенный набор финансовых продуктов и сервисов⁵ для каждой возрастной категории. С увеличением возраста наблюдается закономерное усложнение банковских решений, а также расширение роли несовершеннолетнего.

Использование детьми финансовых продуктов и услуг, как и в случае с «взрослой» аудиторией, сопряжено с определенными **рисками**, преимущественно связанными с **особенностями этих финансовых решений**.

Наиболее популярным продуктом для детей и подростков остаются **сберегательные счета и вклады**, актуальные для любой возрастной категории. Эти продукты оформляются на имя ребенка и управляются преимущественно родителями или опекунами, переходя по достижении подростком совершеннолетия под его управление. Ключевым риском в этом случае может стать неумение обращаться с денежными средствами. При выборе сберегательного продукта с возможностью участия самого ребенка в оформлении и управлении (с учетом возраста несовершеннолетнего) высока вероятность формирования привычки к сбережению и накоплению средств, приучения к пользо-

ванию банковскими продуктами, воспитания финансовой культуры. Однако пользование «инклюзивными» продуктами не гарантирует 100% результат. Существенную роль оказывает окружение ребенка, меры по его воспитанию и образованию и т.д.

Вторым по популярности продуктом являются **дебетовые и предоплаченные карты**, выпускаемые в большинстве случаев в качестве дополнительных к картам родителей (в большинстве случаев актуально для пользователей 5-17 лет). Банковская карта, являющаяся универсальным инструментом безналичных платежей, играет огромную роль в приучении детей и подростков к современным методам платежей практически во всем мире. Доступные денежные средства на карте несут в себе риски «запрещенных покупок» (не оговоренных с родителями игрушек и одежды, табачной и алкогольной продукции и др.) как в оффлайн, так и в онлайн ТСП. Высокая доступность онлайн ресурсов (Интернет-магазинов, интерактивного телевидения, сетевых игр, социальных сетей и др.) с упрощенными системами оплаты также способствует этому явлению.

Кроме того, при использовании картой ребенком или подростком не исключены риски финансового мошенничества (скимминг, фантомные банкоматы, «помощь прохожего», бесконтактные считыватели, «магазинное» мошенничество и др.), хотя банки постоянно усложняют защиту карт. В целях дополнительной защиты необходимо обязательное информирование несовершеннолетних пользователей о правилах пользования картой.

Образовательные кредиты, выдаваемые подросткам некоторыми банками (с 14 лет), например, в Китае или РФ, являются скорее исключением из негласных правил детского банкинга не предлагать подросткам изначально высокорисковые продукты. Для оформления таких кредитов нужно обязательное согласие родителей на выдачу заемных средств. Тенденции к массовому распространению такого подросткового продукта в данный момент не наблюдается.

³ O2O (online to offline) – проявление дополненной реальности (наложение виртуального слоя на реальные объекты при помощи электронных устройств). Процесс перевода процессов из виртуальной среды в реальную. Например, платежей.

⁴ В отдельно взятой стране из списка анализируемых регионов возрастные границы групп могут сдвигаться.

⁵ Обобщенное продуктовое предложение выявлено в результате мониторинга продуктовых линеек финансово-кредитных организаций анализируемых макрорегионов.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ ПО ВОЗРАСТНЫМ ГРУППАМ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В МИРЕ⁶

Возраст	 0-6 лет	 7-9 лет
Этапы	Дошкольники	Начальная школа
События	Первая копилка	Первые карманные деньги, первый мобильный телефон
Финансовые продукты	Первый сберегательный счёт	Предоплаченные карты, адаптированные мобильные сервисы
Ответственность	Зависимость от родителей	
Роль ребенка в оформлении и управлении инструментами	Пассивная: продукты оформляются и управляются родителями / законными опекунами	Пассивно-активная: ребенок имеет ограниченный доступ к самостоятельному использованию и управлению

⁶ Для определения обобщенного продуктового предложения в сегменте детского банкинга был проведен анализ текущего законодательства и продуктовых линеек финансово-кредитных организаций в ряде макрорегионов мира: Северная и Латинская Америка, Западная и Восточная Европа, Австралия, Центральная и Восточная Азия, Ближний Восток и Южная Африка. В таблице приведены только базовые финансовые продукты для детей и молодежи без учета специфических решений для этой возрастной категории.





10-13 лет



14-17 лет



18-21 год⁷

Подростки

Молодёжь

Первый аккаунт в социальной сети, первый компьютер

Первая работа, первое путешествие с друзьями, подготовка к ВУЗу

Получение высшего образования, первый автомобиль, первое жильё (отдельно от родителей)

Первая дебетовая карта (именная), ограниченные версии интернет и мобильного банка

Образовательные кредиты. Расширенные сервисы в интернет- и мобильном банке

Полный перечень банковских продуктов.

Совместная ответственность

Финансовая непредсказуемость

Пассивно-активная:

ребенок имеет ограниченный доступ к самостоятельному использованию и управлению

Условно-активная:

продукты оформляются с согласия и в присутствии взрослых, а используются и управляются самостоятельно

Активная:

продукты оформляются и управляются самостоятельно совершеннолетним клиентом

⁷ Наступление совершеннолетия в разных странах мира может происходить в разном возрасте, но в большинстве случаев возрастной диапазон составляет 18-21 год.



Онлайн финансовые сервисы (Интернет- и мобильный банк, адаптированные платежные и PFM приложения) становятся все более популярными по мере роста проникновения широкополосного и мобильного Интернета в глобальном масштабе. Такие сервисы становятся доступны несовершеннолетним пользователям в основном с 5 лет. Происходит активная интеграция с другими банковскими продуктами и сервисами – банковскими картами, сберегательными счетами и вкладами (электронные счета), сервисами для управления личными финансами и т.д. Помимо удобства дистанционных банковских транзакций, пользование пробными сервисами будет способствовать воспитанию таких качеств, как: ответственность, настойчивость, умение планировать и систематизировать.


В случае с банковскими онлайн сервисами существенным «детским» риском могут стать, как и в случае с банковскими картами, несанкционированные платежи в Интернет-магазинах, сетевых играх, социальных сетях. Помимо неодобренных родителями **Интернет-трат** ключевым риском онлайн решений остается **информационная безопасность** пользователей, над способами повышения которой банки и другие финансовые организации работают постоянно.

Дополнительно в ряде стран, например, в США и Канаде, при оформлении детских финансовых продуктов активно предлагаются различные **страховые продукты**, например, страхование жизни ребенка

и родителей или имущества в целях **дополнительной защиты** взрослых и малолетних клиентов финансово-кредитных организаций от различных неблагоприятных ситуаций, но их приобретение не является обязательным. Однако специальных страховых централизованных решений, за исключением точечных проектов, для нужд детского банкинга на настоящий момент не разработано.

Если посмотреть на существующие риски не с точки зрения возможностей финансовых продуктов, а основных действий, совершаемых детьми и подростками, то общая картина не изменится, но будет более полной. Согласно различным экспертным исследованиям, **основной проблемой являются несанкционированные траты**, то есть платежи и денежные переводы, не согласованные с родителями. Их характер и масштаб существенно меняется по мере взросления ребенка. Некоторые статьи трат даже могут угрожать психологическому состоянию и физическому здоровью ребенка (приобретение алкогольной и табачной продукции, лекарственных препаратов, оплата сомнительных медицинских манипуляций). При этом **финансовый инструмент может быть любым**, наличным или безналичным. Но в случае использования безналичных платежей способов предупреждения, контроля и урегулирования негативных последствий существует гораздо больше (различные практики и инновации финансовых организаций), по сравнению с наличной формой «детских» денег.

Финансовые риски детско-подростковой аудитории⁸

Риски пользования финансовыми продуктами	Применяемые и потенциальные меры противодействия	Применение меры. На каком уровне и кем практикуется
 0-5 ЛЕТ		
Финансовые потери (при использовании вкладов/сберегательных счетов) ⁹ вследствие действий взрослых	Ограничение действий взрослых, связанных с управлением продуктами для гарантированного получения ребенком накопленных средств	Не практикуется. Решение находится на обсуждении среди участников рынка и законодательных органов

⁸ Для определения финансовых рисков для детско-подростковой аудитории был проведен анализ текущего законодательства и продуктовых линеек финансово-кредитных организаций в ряде макрорегионов мира: Северная и Латинская Америка, Западная и Восточная Европа, Австралия, Центральная и Восточная Азия, Ближний Восток и Южная Африка. В таблице приведены только базовые финансовые продукты для детей и молодежи без учета специфических решений для этой возрастной категории.

⁹ Имеются в виду гибкие срочные вклады и сберегательные счета, открываемые и управляемые родителями/опекунами ребенка. Изъятие средств с подобных счетов возможно до достижения ребенком совершеннолетия и, соответственно, обретения права самостоятельно распоряжаться средствами.



6-9 ЛЕТ

<ul style="list-style-type: none"> • Несанкционированные траты: <ul style="list-style-type: none"> • Платежи в онлайн и оффлайн ТСП: <ul style="list-style-type: none"> – игрушки – товары для творчества (краски, фломастеры и др.) – продукты питания – импульсные покупки, в том числе продукции, предназначенной для более старшей аудитории • Передача средств третьим физическим лицам (безвозмездно, в долг, в счет оплаты за что-либо) 	<ul style="list-style-type: none"> • Возврат средств за покупки преимущественно посредством судебных разбирательств (возможность оспорить покупку, доказав, что товар или услуга не нужны ребенку¹⁰) • Использование средств родительского контроля 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями
<ul style="list-style-type: none"> • Ограниченная и небезопасная финансовая инфраструктура 	<ul style="list-style-type: none"> • Предоставление доступного инфраструктурного формата • Реализация мер по организации «детских» точек доступа («замкнутые» платежные пространства, доступный интерфейс и др.) • Обеспечение максимальной безопасности транзакций, осуществляемых детьми, в том числе с использованием новых и новейших технологий 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. Частными организациями • Практикуется. Частными организациями • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями
<ul style="list-style-type: none"> • Финансовые потери вследствие действий взрослых 	<ul style="list-style-type: none"> • Ограничение действий взрослых, связанных с управлением продуктами для гарантированного получения ребенком накопленных средств 	<ul style="list-style-type: none"> • Не практикуется. Решение находится на обсуждении среди участников рынка и законодательных органов
<ul style="list-style-type: none"> • Непонимание сути пользования денежными средствами и их эквивалентов (возможность исчерпания ресурсов, способов платежей и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Обучение финансовой грамотности в различных форматах 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями
<ul style="list-style-type: none"> • Сбор личной информации (без согласия родителей) 	<ul style="list-style-type: none"> • Законодательный запрет на сбор сведений о ребенке 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне

¹⁰ В случае отсутствия возможности возврата товара в установленные для этого сроки согласно действующему законодательству.



10-14 ЛЕТ

<ul style="list-style-type: none"> • Несанкционированные траты: <ul style="list-style-type: none"> – Платежи в онлайн и оффлайн ТСП: – одежда и обувь, аксессуары – парфюмерия и косметика – цифровой контент – гаджеты – технологичные и нишевые игрушки, хобби – развлечения (кинотеатры, аттракционы и др.) – продукты питания – алкогольная и табачная продукция • Передача средств третьим лицам (безвозмездно, в долг, в счет оплаты за что-либо) 	<ul style="list-style-type: none"> • Возврат средств за покупки преимущественно посредством судебных разбирательств • Блокирование покупок запрещенной продукции при безналичной оплате • Усиление средств родительского контроля 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями
<ul style="list-style-type: none"> • Небезопасная и малодоступная инфраструктура 	<ul style="list-style-type: none"> • Обеспечение максимальной безопасности транзакций, осуществляемых детьми, в том числе с использованием новых и новейших технологий • Расширение «детских» точек доступа («замкнутые» платежные пространства, доступный интерфейс и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями • Практикуется. Частными организациями
<ul style="list-style-type: none"> • Непонимание возможностей финансовых продуктов и решений 	<ul style="list-style-type: none"> • Обучение финансовой грамотности в различных форматах 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями
<ul style="list-style-type: none"> • Сбор личной информации (без согласия родителей) 	<ul style="list-style-type: none"> • Законодательный запрет на сбор сведений о ребенке 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне



15-21 ЛЕТ

<ul style="list-style-type: none"> • Несанкционированные траты: <ul style="list-style-type: none"> • Платежи в онлайн и оффлайн ТСП: – одежда и обувь, аксессуары – парфюмерия и косметика – цифровой контент – гаджеты – хобби – коллекционные и нишевые товары 	<ul style="list-style-type: none"> • Блокирование покупок запрещенной продукции при безналичной оплате • Усиление средств родительского контроля 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями
--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> – туристические услуги и развлечения – алкогольная и табачная продукция – лекарственные препараты – косметологические манипуляции и пластическая хирургия – религиозные и экстремистские товары • Передача средств третьим лицам 		
<ul style="list-style-type: none"> • Небезопасная и мало-доступная инфраструктура 	<ul style="list-style-type: none"> • Обеспечение максимальной безопасности транзакций, осуществляемых детьми, в том числе с использованием новых технологий • Расширение «детских» точек доступа («замкнутые» платежные пространства, доступный интерфейс и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями • Практикуется. На законодательном уровне
<ul style="list-style-type: none"> • Непрозрачная тарифная политика финансово-кредитных организаций¹¹ 	<ul style="list-style-type: none"> • Тарификация регулируется общими нормами, без акцента на детские/подростковые решения 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне
<ul style="list-style-type: none"> • Непонимание возможностей финансовых продуктов и решений • Сложности самостоятельного выбора и управления финансовыми продуктами и сервисами 	<ul style="list-style-type: none"> • Обучение финансовой грамотности в разных форматах 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне. Частными организациями
<ul style="list-style-type: none"> • Сбор личной информации (без согласия подростка) 	<ul style="list-style-type: none"> • Законодательный запрет на сбор сведений о ребенке 	<ul style="list-style-type: none"> • Практикуется. На законодательном уровне

Второй по значимости риск связан с **доступностью и безопасностью** как финансовой инфраструктуры, так и осуществляемых транзакций (как и в случае анализа с точки зрения сущности финансового продукта). В большинстве стран с достаточно высоким уровнем жизни дети начинают самостоятельно перемещаться на 3-4 года позже, чем их родители, что обусловлено рядом причин (большей удаленностью детских объектов

друг от друга, законодательными ограничениями, террористическими угрозами и др.). Таким образом, существующая «взрослая» физическая сеть обслуживания (POS-терминалы, банкоматы, отделения и др.) становится практически недоступной для детей младшей возрастной категории (в среднем 5-9 лет). Доступ становится возможен или благодаря действиям родителей (для приучения к пользованию финансами) или

¹¹ Размер комиссий как фактор риска рассматривается в возрастных категориях, которым доступно самостоятельное оформление финансовых продуктов и услуг.

в случае организации специальных финансовых точек на детских объектах (в школах, секциях и др.). Что касается виртуальной инфраструктуры, то здесь возможности намного шире, а риски выше для всех категорий, так как не ограничены пространственными рамками.

Невысокий уровень финансовой грамотности или ее полное отсутствие среди современных детей и подростков существенно повышает все прочие категории рисков. Согласно мнению глобального банковского сообщества, обучение пониманию сути финансов с раннего возраста является лучшим инструментом защиты нового поколения в будущем, его адаптации к изменяющимся экономическим условиям.

Необходимо отметить, что возрастные категории, выделяемые различными экспертами для сегментирования детской аудитории и мировыми законодательными практиками для определения уровня дееспособности, полностью не совпадают. Это объясняется тем, что в исследовательских целях производится более широкая сегментация

детско-подростковой аудитории, учитывающая больше явных и скрытых особенностей этой категории населения. Таким образом, она может стать более эффективной в целях маркирования или сертифицирования финансовых продуктов и услуг для несовершеннолетних граждан.

В настоящее время существует ограниченное число документов и исследований, посвященных особенностям защиты прав потребителей финансовых услуг детского и подросткового возраста. Помимо CYFI, активно занимающихся этой темой, можно также выделить работу UNCDF (Фонд Развития ООН по капитальному развитию), в которой рассматриваются отличия между рисками молодежной аудитории и защитой прав потребителей в целом. В результате исследования были выделены три основных аспекта – недостаточные финансовые способности/грамотность молодых клиентов (financial capability), роль взрослых при открытии счетов/использовании продуктов, а также необходимость ответственного ценообразования при разработке и продвижении продуктов для этого сегмента.



ИНИЦИАТИВЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

По мере того как растет вовлеченность детско-подростковой аудитории в финансовую отрасль, в особенности в течение последних пяти лет, в международных и национальных финансовых институтах начинает осознаваться необходимость разработки и внедрения системы стандартизации и сертификации детских финансовых продуктов и услуг. Несмотря на имеющиеся отличия, практически все существующие на сегодняшний день подходы к этой проблеме базируются на шести основных принципах, выделенных в концепции международной организации Child & Youth Finance International:

- **Доступность** – организация и поддержание информационно-инфраструктурной среды для беспрепятственной реализации финансовых возможностей в предлагаемых форматах.
- **Прозрачность** – осуществление информирования в доступной для детей и подростков форме, а также полноценное обоснование и предоставление стоимости финансовых продуктов и услуг.
- **Безопасность** – обеспечение максимальной защиты при пользовании финансовыми продуктами и услугами

- **Возможность контроля** – предоставление широкого спектра средств для контроля за финансовыми операциями, осуществляемыми детьми и подростками.
- **Законность** – полное соблюдение прав ребенка согласно международной конвенции о правах ребенка и норм локального законодательства.
- **Возможность обучения навыкам пользования финансами** – знание ключевых финансовых понятий и умение их использовать на практике дает возможность человеку грамотно управлять своими денежными средствами.

CHILD & YOUTH FINANCE INTERNATIONAL (CYFI)



В 2012 г. организацией Child & Youth Finance International была определена система из 8 принципов, на которых должны базироваться определенные финансовые продукты, предназначенные для детско-подростковой аудитории (сберегательные и расчетные счета) – своеобразная гибкая система сертифицирования: Эти принципы были сформулированы после продолжительной публичной консультации с разносторонней группой стейкхолдеров, включавшей Mastercard, UNICEF, UNESCO, международные финансовые группы и т.д.

1. Наличие и доступность для детей и молодежи

Они широко представлены и доступны для детей и молодежи, независимо от экономической, социальной, культурной или религиозной ситуации, пола, возраста или способностей.

2. Максимальный контроль для детей и молодежи

Они обеспечивают максимально возможный контроль для детей и молодежи в границах местной юрисдикции и охраняют финансовую собственность.

3. Положительный финансовый стимул для детей и молодежи

Важное значение имеет обеспечение уверенности в момент включения детей и подростков в финансовую систему, а также позитивная финансовая мотивация, например, отсутствие овердрафта и относительно более высокие ставки по вкладам.

4. Работа с неохваченными банковскими услугами детьми и молодежью

Финансово-кредитные учреждения должны активно содействовать включению социально уязвимых детей и подростков в финансовую систему в границах местной юрисдикции, что входит в повестку дня работы,

направленной на повышение финансовой доступности.

5. Использование коммуникационных стратегий, адаптированных для детей и молодежи

Коммуникационные и маркетинговые материалы по продукту должны быть ориентированы на детей и молодежь, отвечать их потребностям, интересам и соответствовать их уровню понимания. Это должно сочетаться со способностью всех сотрудников финансово-кредитного учреждения коммуницировать с детской и молодежной аудиторией на соответствующем ей языке.

6. Компонент экономического гражданского образования

В сочетании с продуктом, детям и молодежи предлагается компонент экономического гражданского образования, с элементами развития финансовых и жизненных навыков.

7. Мониторинг удовлетворенности детей и молодежи

Финансово-кредитное учреждение контролирует насколько продукты и услуги удовлетворяют потребностям и интересам детей и подростков.

8. Внутренний контроль

Финансово-кредитное учреждение имеет внутренние механизмы контроля за соблюдением этих принципов.

Гибкость системы заключается в возможности ее адаптации в соответствии с культурной, экономической и правовой реальностью, то есть используется принцип «конструктора». Часть критериев должна выполняться неукоснительно в любом случае, вторая часть может видоизменяться в зависимости от среды реализации.

Гибкий подход к формированию финансовых продуктов в зависимости от среды реализации

Основные элементы	Элементы обязательные к исполнению	Элементы с возможностью к адаптации
Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков	+	
Осуществление максимального контроля финансовых продуктов детьми и подростками самостоятельно		+
Прозрачность продукта и выстраивание доверительных отношений с пользователем	+	
Охват детей и подростков из «взрослого» unbanked-сегмента		+
Использование коммуникационных стратегий, разработанных с учетом интересов и потребностей детско-подростковой аудитории		+
Обучение финансовой грамотности	+	
Обязательный мониторинг уровня удовлетворенности пользования финансовыми продуктами		+
Осуществление внешнего контроля финансово-кредитной организацией и родителями	+	

МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕТСКИХ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ НА БАЗЕ РАСЧЕТНЫХ И СБЕРЕГАТЕЛЬНЫХ СЧЕТОВ

Параметры продукта	Детский сберегательный счет (5+)	Подростковый сберегательный счет (13+)
Условия оформления продукта	<ul style="list-style-type: none"> Отсутствие платы за оформление продукта Отсутствие обязательного открытия счета родителем/опекуном в том же банке Отсутствие скрытых комиссий 	<ul style="list-style-type: none"> Полное отсутствие или минимальная плата за оформление продукта Отсутствие обязательного открытия счета родителем/опекуном в том же банке Отсутствие скрытых комиссий
Владелец счета	Открытие счета на имя ребенка	Открытие счета на имя подростка
Родительский контроль	<ul style="list-style-type: none"> Транзакции осуществляются под контролем родителей Все платежи/переводы одобряются родителями Выписка со счета с историей операций отправляется родителям на ежемесячной основе 	<ul style="list-style-type: none"> Транзакции осуществляются под контролем родителей Выписка со счета с историей операций отправляется родителям на ежемесячной основе

Основными целями внедрения подобной системы стандартизации нишевых (детских) финансовых продуктов на международном (глобальном) уровне, согласно заявлениям CYFI, является активное продвижение интеграции детей и подростков в современную финансовую систему и методологическая поддержка финансово-кредитных организаций при формировании детских продуктовых предложений.



CYFI предоставляет услуги по оценке банковских продуктов для детей (в первую очередь, сберегательных и расчетных счетов) с точки зрения их соответствия этим 8 Принципам. Продукты, прошедшие такую оценку, имеют возможность получить логотип CYFI Endorsement, подтверждающий их соответствие критериям. По результатам оценки финансовый институт получает подробный отчет с рекомендациями по каждому принципу, а также сам логотип, который выдается на один-три года с периодическим мониторингом со стороны CYFI.

MASTERCARD mastercard

Mastercard – технологическая компания, работающая в глобальной платежной индустрии. Она управляет самой быстрой в мире сетью обработки платежей, которая соединяет потребителей, финансовые институты, торговые организации, правительственные и деловые структуры более чем в 210 странах и территориях. Продукты и решения Mastercard позволяют проще, безопаснее и эффективнее решать повседневные задачи, например, делать покупки, путешествовать, вести бизнес и управлять финансами. В 2014 г. в рамках

сотрудничества с CYFI компания предложила банкам своеобразный «конструктор» для создания детских и подростковых решений на основе базовых продуктов – сберегательных и расчетных счетов. Предлагаемым к использованию форматом для продуктов на базе сберегательных счетов являются классические сберегательные и накопительные счета, привязанные к дебетовым картам. Продуктовым форматом для расчетных счетов являются дебетовые и предоплаченные карты (как пополняемые, так и непополняемые).

Подростковый расчетный счет (13+)

- Полное отсутствие или минимальная плата за оформление продукта
- Отсутствие обязательного открытия счета родителем/опекуном в том же банке
- Отсутствие скрытых комиссий

Соответствие принципам CYFI

- Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков
- Прозрачность продукта и выстраивание доверительных отношений с пользователем
- Охват детей и подростков из «взрослого» unbanked-сегмента

Открытие счета на имя подростка

- Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков
- Осуществление максимального контроля финансовых продуктов самостоятельно детьми и подростками

- Транзакции осуществляются под контролем родителей
- Выписка со счета с историей операций отправляется родителям на ежемесячной основе

- Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков
- Охват детей и подростков из «взрослого» unbanked-сегмента
- Обучение финансовой грамотности

Параметры продукта	Детский сберегательный счет (5+)	Подростковый сберегательный счет (13+)
Функционал	Совместное с родителями/опекунами пользование продуктом	Самостоятельное пользование функционалом продукта
Минимальный депозит	Нулевой	Нулевой или минимальный
Комиссия за осуществление транзакции	Бесплатно	Бесплатно или взимание минимальной суммы за осуществление платежа, обналчивания, пополнение счета
Стоимость обслуживания счета	Бесплатно	Бесплатно или взимание минимальной суммы
Периодичность пополнения депозита	Минимум один раз в месяц	Минимум один раз в месяц
Периодичность списания	Минимум один раз в месяц	Минимум один раз в месяц
Процентные ставки	Выше ставок по рынку в целях стимулирования пользования сберегательным продуктом	Выше ставок по рынку в целях стимулирования пользования сберегательным продуктом
Формат договора	Максимум 1 страница	Максимум 1 страница

Подростковый расчетный счет (13+)	Соответствие принципам CYFI
Самостоятельное пользование функционалом продукта	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков • Осуществление максимального контроля финансовых продуктов самостоятельно детьми и подростками
Нулевой или минимальный	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков • Осуществление максимального контроля финансовых продуктов самостоятельно детьми и подростками • Охват детей и подростков из «взрослого» unbanked-сегмента • Прозрачность продукта и выстраивание доверительных отношений с пользователем • Обучение финансовой грамотности
Бесплатно или взимание минимальной суммы за осуществление платежа, обналичивания, пополнение счета	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков • Прозрачность продукта и выстраивание доверительных отношений с пользователем • Охват детей и подростков из «взрослого» unbanked-сегмента • Осуществление максимального контроля финансовых продуктов самостоятельно детьми и подростками
Бесплатно или взимание минимальной суммы	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков • Осуществление максимального контроля финансовых продуктов самостоятельно детьми и подростками • Прозрачность продукта и выстраивание доверительных отношений с пользователем • Охват детей и подростков из «взрослого» unbanked-сегмента
Не требуется	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков • Охват детей и подростков из «взрослого» unbanked-сегмента
Не требуется	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков • Охват детей и подростков из «взрослого» unbanked-сегмента
Выше ставок по рынку в целях стимулирования пользования сберегательным продуктом – счетом, привязанным к карте	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков • Прозрачность продукта и выстраивание доверительных отношений с пользователем • Обучение финансовой грамотности
Максимум 1 страница	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная доступность финансовых продуктов для детей и подростков • Обучение финансовой грамотности • Использование коммуникационных стратегий, разработанных с учетом интересов и потребностей детско-подростковой аудитории

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И РАЗВИТИЯ (ОЭСР)



ОЭСР в 2012 г. в рамках проекта по обучению финансовой грамотности населения предложила систему базовых принципов для банковских продуктов, которую можно применить и к продуктам детского банкинга:

- **Доступность.** Должно осуществляться максимально упрощенное предоставление доступа детям к финансовым продуктам и услугам, разрешенным действующим законодательством.
- **Прозрачность.** Предоставление необходимой информации об условиях продукта и его функционале в максимально доступной для детско-подростковой аудитории форме (возможно использование различных версий соответствующих материалов для различных возрастных категорий).
- **Безопасность** детских финансовых продуктов должна обеспечиваться напрямую государством (например, через инструменты страхования). Кроме того, в детских продуктах предлагается запретить использование такой опции как овердрафт, а на сберегательных счетах определить минимальные размеры обязательного первоначального и последующих взносов в целях сохранения эффекта накопления.
- **Контроль** должен осуществляться со стороны родителей/опекунов (форматы определяются финансово-кредитными организациями).
- **Законность.** Вся продуктовая политика финансово-кредитных организаций должна соотноситься с действующим законодательством.

ВСЕМИРНЫЙ БАНК



В 2014 г. Всемирным Банком в рамках отчета Global Financial Development Report¹² была представлена обобщенная система базовых требований к разрабатываемым и предлагаемым решениям, ориентированным на детско-подростковую аудиторию. Концепция имеет много общего с критериями CУFI. Среди ключевых принципов, которые должны учитываться при формировании таких продуктов эксперты Всемирного Банка выделяют:

- **Доступность.** Доступ оценивается с точки зрения возможности открытия базового финансового продукта (сберегательного, текущего или предоплаченного) и возможности управлять им после открытия. При этом каналы продаж, последующего управления продуктом и коммуникации должны соответствовать возрастным особенностям целевой аудитории. Информация, связанная с условиями предоставления продукта или услуги, должна быть преподнесена в понятной для детей и подростков форме. Доступ к услугам
- **Прозрачность** (положительное финансовое стимулирование) и ответственность. Необходимо использование минимальной понятной тарификации (отсутствие овердрафта, комиссий за открытие, ведение и пополнение счета, скрытых комиссий, конкурентоспособная стоимость) для выстраивания долгосрочных доверительных отношений с финансово-кредитной организацией. Такой подход может стимулировать длительную экономическую активность и вовлеченность ребенка/подростка в финансовую систему в будущем. Однако необходимо учитывать, что подобное стимулирование может оказаться высокоэффективно только в случае понимания ребенком или подростком сущности денежных средств.

также может быть ограничен из-за социально-демографических, культурных особенностей, а также общего уровня развития финансовой и телекоммуникационной инфраструктуры. В данном случае возможна адаптация различного уровня.

¹² НАФИ «Дети и финансы», 2015 г., стр 30.

- **Безопасность.** Финансовые продукты для детей и подростков должны обеспечивать высокий уровень физической и технической безопасности, что включает в себя защиту персональных данных, защиту от мошенничества и гарантию сохранности денежных средств владельца.
- **Возможность контроля.** Финансово-кредитные организации должны реализовывать различные возможности для осуществления максимального контроля за проводимыми детьми и подростками операциями. При разработке средств родительского контроля также необходимо учитывать возможность проявления ребенком/подростком самостоятельности.
- **Обучение финансовой грамотности.** Финансовые учреждения обязаны обеспечить не только возможность управления финансовыми продуктами, но и наличие образовательной составляющей, прививающей детям и подросткам необходимые навыки и знания о финансах, обеспечивающей понимание собственных прав и способов управления личными финансами.
- **Законность.** Необходимо обязательное соблюдение законодательных норм, даже ограничивающих доступ детско-подростковой аудитории к финансовым продуктам и услугам (ограничения по возрасту для доступа к финансовым продуктам и услугам, необходимость обязательной идентификации).

ФОНД КАПИТАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ООН



ПРАВОВЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ СЧЕТОВ И ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ ДЛЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

Поиск баланса между правами детей и подростков на независимость и возможность контролировать свои счета, с одной стороны, и установленными законом возрастными ограничениями по открытию счета – с другой, сопряжён со сложностями и влечёт за собой риски. Предлагая финансовый инструмент непосредственно несовершеннолетним без согласия родителей, поставщик может оказаться не в состоянии обеспечить все преимущества его условий для детей и молодежи, имея больше обязательств перед клиентом в случае возникновения проблем (например, требования

обязательств по представлению данных и конфиденциальности, маркетинга и обслуживания клиентов, а также репутационные риски). Это означает, что в то время, как ребенок или подросток может получить текущий счет и соответствующий платежный инструмент, есть еще и условия продуктов, которые приносят пользу финансовому учреждению – такие, как распределение потерь на мошенничество / нарушение конфиденциальности – финансовые учреждения возможно не смогут обеспечить их соблюдение, если владелец карты является несовершеннолетним.

Правовые последствия предложения счетов и платежных карт несовершеннолетним должны оцениваться по каждой стране отдельно.



НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

В ряде стран (например, США, Австралия, Польша, Кипр, ОАЭ, Шри-Ланка и др.) государствами осознается факт необходимости обязательной интеграции детей и подростков в современную финансовую систему. Однако в основном правительственные инициативы сведены к разработке и внедрению национальных программ по обучению финансовой грамотности, как правило, в рамках сотрудничества с финансово-кредитными и образовательными учреждениями. Тем не менее в ряде случаев можно наблюдать локальные точечные законодательные инициативы, направленные на формирование безопасных детских продуктов (например, блокирование покупок алкогольной и табачной продукции).

Таким образом, на данный момент **под безопасным финансовым продуктом для детей и подростков** понимается комплексный финансовый инструмент, формирующийся преимущественно на базе сберегательного и/или расчетного счета, управляемый ребенком или подростком под обязательным контролем взрослых, предполагающий

обучение финансовой грамотности в процессе использования и доступный через адаптированную под потребности детско-подростковой аудитории развитую систему каналов продаж, управления продуктом и коммуникации.

Однако такой подход не учитывает возможностей кредитования, инвестирования, так как рассматривает их как высокорисковые решения для несовершеннолетней аудитории. Вовлечение в современную финансовую систему без обучения пользования подобными продуктами может оказаться односторонним. Для более полноценной интеграции детей и подростков, возможно, необходимо использование элементов рисков для формирования правильной картины мира (с их минимизацией и адаптацией). Кроме того, для более высокого результата желательно обучение финансовой грамотности во время пользования финансовым продуктом не только детей и подростков, но и их родителей, в том числе обучение родителей методам прививания навыков пользования финансами.

СТАНДАРТНЫЕ РЕШЕНИЯ БАНКОВ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ

Большинство финансово-кредитных организаций в целях обеспечения финансовой защиты детей и подростков идут по простому пути. Они изначально ограничивают возможности детских и подростковых банковских продуктов, например, ограничивая суммы средств, доступных для хранения на расчетном счете или для снятия наличных в банкоматах. Кроме того, банки и финансово-технические проекты также используют **уже ставшие стандартными средства для управления и контроля личных финансов**, изначально разработанных для совершеннолетних клиентов – опции самостоятельного установления

лимитов по картам, настройка SMS и E-mail уведомлений и прочие инструменты.

Ряд решений, доказавших свою эффективность в частной практике, может быть закреплен законодательно **в качестве обязательных параметров финансовых продуктов для детей и подростков. Например, в Бангладеш в рамках национальной программы Schoolbanking, Центральный Банк страны закрепил ряд принципов и параметров для сберегательных счетов (минимальный баланс, транзакционные комиссии и т.д.), которые могут предлагаться детям через школы.**

ВВЕДЕНИЕ ОГРАНИЧЕНИЙ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Некоторые финансово-кредитные организации изначально вводят ряд ограничений для финансовой защиты несовершеннолетних пользователей:

- лимитирование суммы, которая может храниться на счете/карте. Характерно преимущественно для платежных инструментов – банковских карт, расчетных счетов;

- установление пределов для снятия наличных с банковских карт в банкоматах за месячный и годичный периоды;
 - блокирование определенных платежных опций в финансовом продукте (банковской карте)¹³:
- снятие наличных в банкоматах, онлайн платежи; платежи за определенные группы товаров (например, алкоголь или табачная продукция) и прочее.

Примеры «детских» продуктов и услуг с ограничениями использования от банков

Финансовая организация	Страна	Краткое описание решения	Ограничение, вводимое финансовой организацией
	Польша	Детский электронный расчетно-сберегательный счет с возможностью управления в детском Интернет-банке с элементами геймификации и социальной активности.	На детском счете может храниться не более 2500 злотых.
	Польша	Предоплаченные дебетовые карты РКО Junior Mastercard с изображениями популярных мультипликационных персонажей Cartoon Network представляют собой упрощенный платежный инструмент, ориентированный на потребности детей. С помощью карты дети могут совершать безналичные платежи в офлайн и онлайн ТСП и снимать деньги в банкоматах.	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальный объем средств, хранящихся на карточном счете, не может превышать сумму, эквивалентную 9000 тыс. злотых • Максимальные лимиты на карточном счете: <ul style="list-style-type: none"> • ежедневный лимит операций с наличными – 500 злотых. • дневной лимит безналичных операций – 4000 злотых
	РФ	Платежный комплект «Карта школьника» поддерживающий технологию бесконтактной оплаты Mastercard для школьников. Комплект (контактная и бесконтактная карты, смарт-браслет и карта для него) предназначен для оплаты школьного питания, проезда в общественном транспорте, оплаты покупок в ТСП, осуществления прохода в школу (пропуск).	<ul style="list-style-type: none"> • Заблокирована возможность покупки алкогольной и табачной продукции • Не предусмотрено снятие наличных денежных средств
	РФ	Дебетовая мультивалютная карта «Карта Юниора» категории Mastercard Mass или Visa Classic с возможностью подключения овердрафта, эмитируемая для детей в возрасте от 10 до 18 лет включительно в качестве универсального платежного инструмента.	Максимальный лимит на снятие наличных: 150 тыс. руб. в месяц / 1,5 млн. руб. в год

¹³ Введение ограничений также может быть также санкционировано государственным органом.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАСПРОСТРАНЕННЫХ БАНКОВСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РОДИТЕЛЬСКОГО КОНТРОЛЯ

По причине ограниченной дееспособности несовершеннолетних, как уже говорилось, в качестве основного средства финансовой защиты финансово-кредитными организациями мира используются различные технологичные решения, базирующиеся на родительском контроле.

Технические средства родительского контроля за использованием детьми и подростками финансовых продуктов и сервисов

Каналы настройки средств удаленного контроля	Банковские отделения	Банкоматы и терминалы	Мобильный и Интернет-банк
УСТАНОВЛЕНИЕ ЛИМИТОВ ПО ОПЕРАЦИЯМ (ДЕНЬ/МЕСЯЦ)			
• Платежи и переводы	+	–	+
• Снятие наличных	+	–	+
УПРАВЛЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛОМ ФИНАНСОВОГО ИНСТРУМЕНТА			
• Подключение и отключение определенных опций (например, онлайн платежи, снятие наличных)	+	–	+
• Определение получателей платежей (ТСП) и переводов (физические лица)	+	–	+
• Полное блокирование продукта/сервиса	+	–	+
УДАЛЕННЫЙ МОНИТОРИНГ СЧЕТА			
• SMS-уведомлений на мобильный телефон родителя о совершении транзакции	+	+	+
• E-mail уведомлений на электронную почту родителя о совершении транзакции	+	–	+
• Уведомлений на онлайн ресурсах финансово-кредитной организации (Интернет-банк, мобильный банк)	+	–	+

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ

Финансово-кредитные организации, преимущественно в развитых странах, для обеспечения дополнительной защиты детских продуктов начинают активно внедрять высокотехнологичные решения

на основе таких технологий, как NFC, биометрия, спутниковая навигация. Кроме того, существует множество концептуальных решений, связанных с безопасностью и идентификацией, интегриро-

ванных на данный момент только во «взрослые» финансовые продукты и сервисы, которые могут быть с успехом адаптированы для нужд детского банкинга. Также важным моментом является конвергенция различных технологий в одном продукте в целях достижения идеального гибридного технического решения, способного обеспечить максимальную безопасность финансовых транзакций.

Новые технологичные решения, которые, по всей вероятности, смогут оказаться высокоэффективными для обеспечения безопасности финансовых продуктов для детей и подростков также могут быть закреплены законодательно **в качестве обязательных или дополнительных параметров.**

ИНТЕГРАЦИЯ БЕСКОНТАКТНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЦЕЛЯХ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ

Финансово-кредитные организации в ряде стран, например, США, Польша, РФ, используют технологию NFC для интеграции в детские финансовые продукты и сервисы. Бесконтактная технология может позволить ребенку или подростку осуществлять быстрые и относительно безопасные платежи.

Бесконтактные платежи признаются экспертами условно безопасными, так как все возможности потенциального мошенничества на данный момент не выявлены. По мнению финансовых и технических экспертов, включая представителей NFC Forum, платежи с помощью технологии NFC могут стать удобным и быстрым расчетным инструментом. Однако безопасность нового формата безналичных платежей остается относительной. На данный момент, согласно тестам производителей NFC-устройств и IT-компаний, радиочастот-

ный сигнал, используемый при передаче данных, может быть перехвачен или подавлен. Кроме того, возможна атака на мобильное устройство с использованием ретрансляции (злоумышленник отправляет на мобильное NFC-устройство жертвы запрос считывателя, после чего моментально передает ответ устройства жертвы на считыватель). В целях минимизации риска, связанного с утерей мобильного устройства, специалистами по цифровой безопасности предлагается использование удаленной блокировки или стирания данных, содержащихся на NFC-устройстве.

Кроме того, новые «футуристические» платежные форм-факторы, например, NFC-брелоки или специальные наклейки-карты, могут повысить интерес детско-подростковой аудитории к безналичным платежам.

ПРИМЕРЫ «ДЕТСКИХ» ПРОДУКТОВ И УСЛУГ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БЕСКОНТАКТНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ

МУЛЬТИФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАТЕЖНЫЙ КОМПЛЕКТ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ

Потенциальная аудитория: 6-18 лет



Банк АК Барс при поддержке Министерства образования и науки республики Татарстан (РФ) выпустил платежный мультисервисный комплект «Карта школьника», который выдается бесплатно всем учащимся школ Зеленодольска, Нижнекамска и Набережных Челнов.

Комплект включает в себя предоплаченные бесконтактную и контактную карты платежной системы Mastercard, смарт-браслет, поддерживающий технологию NFC, и перфорированную карту Mastercard для него. Выпускаемые финансовые

инструменты предназначены в первую очередь для оплаты школьного питания, проезда в общественном транспорте и оплаты покупок в ТСП. При этом функции осуществления любых покупок в Интернете, а также приобретения алкогольной и табачной продукции в реальных ТСП заблокированы. Также не предусмотрено снятие наличных с карт в банкоматах.

Кроме того, карты и смарт-браслет могут служить пропуском для прохода в школу. При использовании карты в качестве пропуска фиксируется время входа и выхода ученика из школы в специальном электронном журнале и об этом оповещаются родители. Дополнительно карты используются для фиксации посещений занятий в учреждениях дополнительного образования. Для этого секции были оснащены планшетами с поддержкой NFC.

Комплекты «карта школьника» для разных возрастных групп



1-4 КЛАССЫ
6-9 лет

- Предоплаченная контактная карта Mastercard
- Специальный браслет со вставкой для бесконтактной карты Mastercard (на вставке указывается ФИО ученика, являющегося держателем карты)
- Перфорированная предоплаченная карта с бесконтактной технологией Mastercard для смарт-браслета



5-11 КЛАССЫ
10-18 лет

- Предоплаченная бесконтактная карта Mastercard (на обратной стороне карты размещены ФИО и фотография ученика, являющегося держателем карты)
- Предоплаченная контактная карта Mastercard

Платежный комплект «Карта Школьника» от АК Барс Банка



НОВЫЕ ПЛАТЕЖНЫЕ ФОРМ-ФАКТОРЫ: NFC-БРЕЛОК И NFC-НАКЛЕЙКИ ДЛЯ БЕСКОНТАКТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ И СНЯТИЯ НАЛИЧНЫХ

Потенциальная аудитория: 10-18 лет



Польский банк РКО выпустил «детский» платежный комплект, состоящий из предоплаченной банковской карты Mastercard, поддерживающей

технологии бесконтактной оплаты, NFC-брелока, выполненного в различных форм-факторах (жираф из войлока, пластиковый брелок с символикой Mastercard) и NFC-наклейки с различными изображениями мультипликационных героев. Финансовые инструменты предназначены для осуществления бесконтактных платежей оф-лайн (транспорт, ТСП), обналичивания средств в банкоматах, а также совершения покупок в Интернете, например, в магазинах мобильных приложений AppStore и GooglePlay.

Бесконтактные карты от польского банка РКО



Несовершеннолетний может совершать платежи в общественном транспорте и в ТСП бесконтактным способом с помощью NFC-брелока или NFC-наклейки (наклейку можно приклеить, например, на

мобильный телефон или широкий браслет), просто приложив брелок или NFC-наклейку к считывателю. Сумма, не требующая ввода PIN-кода при оплате NFC-картой или брелоком, ограничена 30 злотыми.

ИНТЕГРАЦИЯ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЦЕЛЯХ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ

Банковские сообщества развитых стран при поддержке международных платежных систем Visa и Mastercard все больше склоняются к использованию биометрических данных пользователя для дополнительной идентификации для продуктов и сервисов как «взрослого», так и «детского» банкинга, так как уникальные биометрические данные пользователей (отпечатки и рисунок

капилляров пальцев, рисунок вен ладони, геометрия лица и прочие методы) на данный момент, согласно мнению отраслевых экспертов, подделывать достаточно сложно. Кроме того, биометрические технологии также могут использоваться для обеспечения дополнительной безопасности транзакций, реализуемых на базе других технологий, например, NFC.

ПРИМЕРЫ «ДЕТСКИХ» ПРОДУКТОВ И УСЛУГ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ

БИОМЕТРИЧЕСКИЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ ОПЛАТЫ ОБЕДОВ В ШКОЛЬНЫХ/СТУДЕНЧЕСКИХ СТОЛОВЫХ

Потенциальная аудитория: 6-18 лет



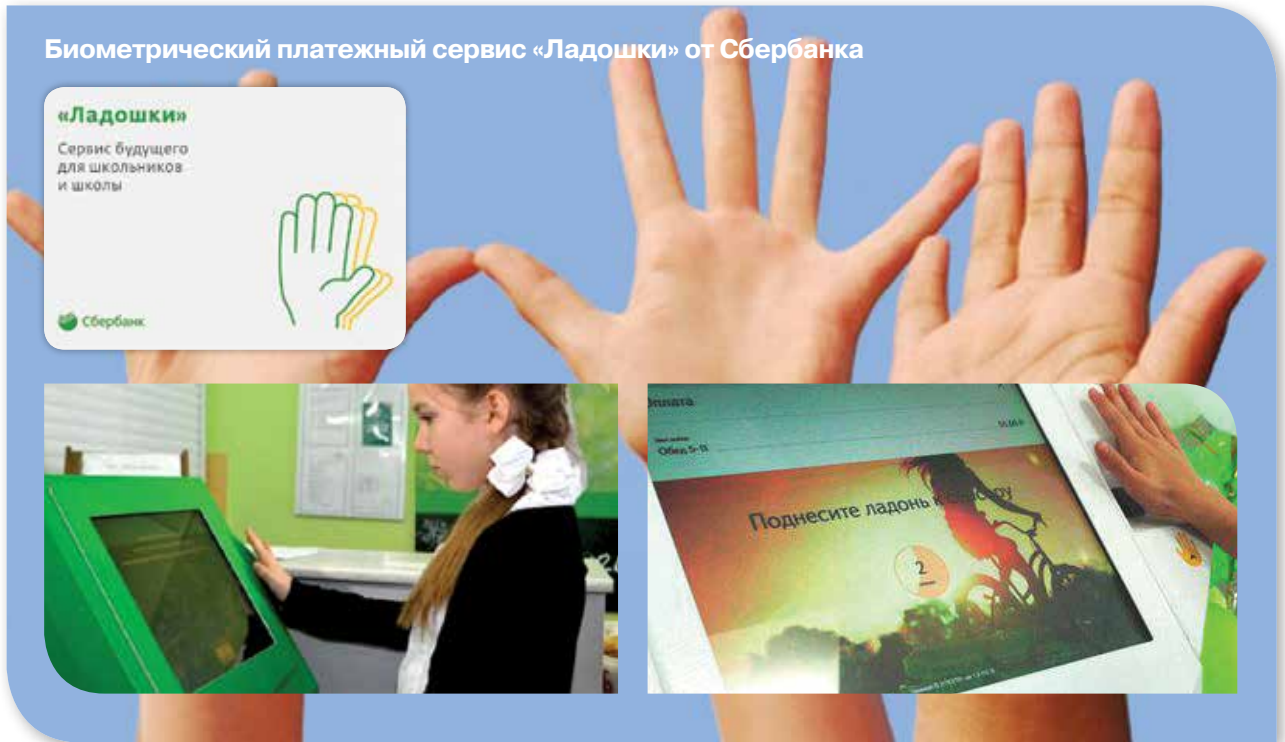
Сбербанк России внедрил биометрическую технологию оплаты питания с идентификацией плательщика (ребенка/подростка) по рисунку вен ладони, для этого используется технология PalmSecure (разработана японской компанией Fujitsu) – сервис «Ладонки». Сканер PalmSecure для оплаты питания по ладони установлен в школьной столовой Лицея №3 г. Чебоксары в рамках инновационного проекта Сбербанка «Школа будущего», который предполагает внедрение в образовательных учреждениях технологии автома-

тизированной безналичной оплаты питания. Внедрение проекта позволяет полностью исключить наличные деньги из процесса организации школьного питания и значительно увеличить скорость обслуживания (время на одну операцию – не более 2 секунд).

Ученик может оплатить обед в школьной столовой, приложив ладонь к считывателю, который встроен в банковский терминал. Система сканирует рисунок кровеносных сосудов на ладони, автоматически определяет имя клиента банка и сравнивает отсканированное изображение с оригиналом, хранящимся в базе данных. Деньги списываются с лицевого счета школьника, а родителям приходит SMS-сообщение на мобильный телефон о том, что ребенок поел. Пополнить лицевой счет школьника можно наличными средствами, банковской картой, через банкоматы, терминалы банка, мобильный или Интернет-банк.

Проект также предполагает контроль входа и выхода в школу по отпечатку пальца или ладони. Возможна интеграция с электронным дневником

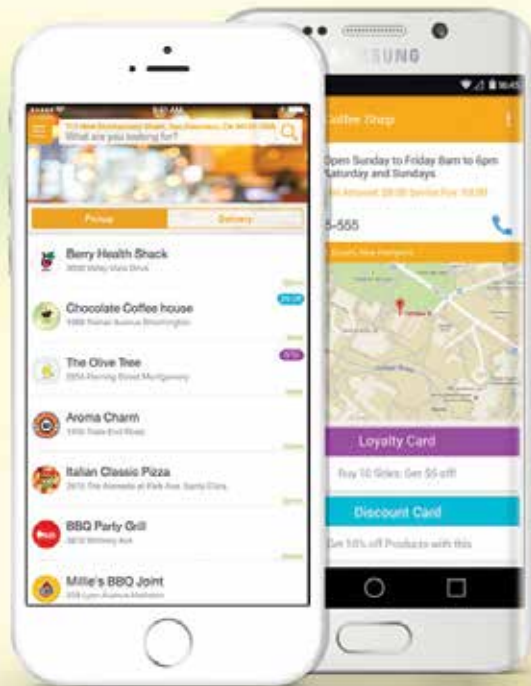
и льготным проездным для школьников. В тестовом проекте участвовало более 20 000 учеников из 36 школ Поволжья.



Студенты Университета Южной Калифорнии в США также могут оплачивать свои обеды в ресторанах студенческого городка (California Pizza Kitchen, Panda Express, Coffee Bean, Tea Leaf и Carl's Jr.'s) при помощи специального мобильного приложения Taringo.

Кроме того, приложение также анализирует вкусовые пристрастия пользователя и дает советы относительно подходящих ему заведений, блюд, напитков. В приложении необходимо создать аккаунт, выбрать университет, студгородок и адрес электронной почты. После этого можно заказать доставку еды или найти ближайшие заведения, где просмотреть меню и сделать заказ. Оплата с мобильного приложения осуществляется через PayPal. В будущем планируется введение биометрического решения.

Биометрическое платежное приложение Taringo



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕОМЕТРИИ ЛИЦА ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПРИ ОПЛАТЕ НА POS-ТЕРМИНАЛЕ

Потенциальная аудитория: 6-17 лет



Британская процессинговая компания WorldPay разработала концептуальный POS-терминал RED CAM, который фотографирует лицо покупателя во время ввода PIN-кода банковской карты для сравнения с данными, хранящимися в собственной информационной базе компании в целях дополнительной идентификации. Технология позволяет генерировать уникальный биометрический шаблон (геометрия лица), связанный с платежной картой владельца. Ожидается, что биометрические данные должны будут предварительно предоставляться самими пользователями для внесения в базу WorldPay.

На данный момент это решение именно для целей детского банкинга не используется, однако может быть использовано для обеспечения дополнительной безопасности платежа банковской картой, осуществляемого ребенком или подростком.

ДЕБЕТОВАЯ БЕСКОНТАКТНАЯ БИОМЕТРИЧЕСКАЯ КАРТА

Потенциальная аудитория: 6-17 лет



Норвежский провайдер технологичных финансовых решений Zwiре разработал пилотную версию бесконтактной дебетовой карты Zwiре, оснащенной дактилоскопическим датчиком. При выполнении транзакции по бесконтактному интерфейсу (POS-терминал, банкомат) держатель карты прижимает большой палец к окошку датчика, и терминал уже не требует ввода PIN-кода. Проверка соответствия отпечатка проводится внутри чипа карты, где хранится эталон отпечатка, загружаемый туда в банке при выдаче карты держателю. Эталон отпечатка пальца из чипа не передается во внешнюю базу данных. При помощи карты возможны стандартные платежные операции: прокат магнитной полосы и использование чипа, ввод реквизитов карты для платежей в Интернете.

На данный момент данное решение является концептом и именно для целей детского банкинга пока не используется, однако может быть использовано для обеспечения дополнительной безопасности платежа банковской картой, осуществляемого самостоятельно ребенком или подростком.

Биометрическая карта Zwiре



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕОЛОКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ

Для контроля за детьми и подростками в современной жизни давно используются средства спутниковой навигации (на базе GPS в большинстве стран мира, на базе GPS/ГЛОНАСС в РФ, на базе Compass в Китае) – трекеры, встраиваемые в смарт-часы, брелоки, браслеты, а также специальные мобильные приложения. Для контроля за детьми в области финансов также могут

использоваться подобные решения. В процессе анализа выбранных макрорегионов решений для финансового контроля именно за детьми на базе спутниковой навигации не выявлено. В качестве примеров используются «взрослые» решения, которые потенциально могут быть адаптированы для дополнительной защиты несовершеннолетней аудитории.

ПРИМЕРЫ «ДЕТСКИХ» ПРОДУКТОВ И УСЛУГ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ

ГЕОЛОКАЦИОННЫЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ ОТСЛЕЖИВАНИЯ МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ ДЕРЖАТЕЛЕЙ КАРТ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ КАРТОЧНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Потенциальная аудитория: 6-17 лет

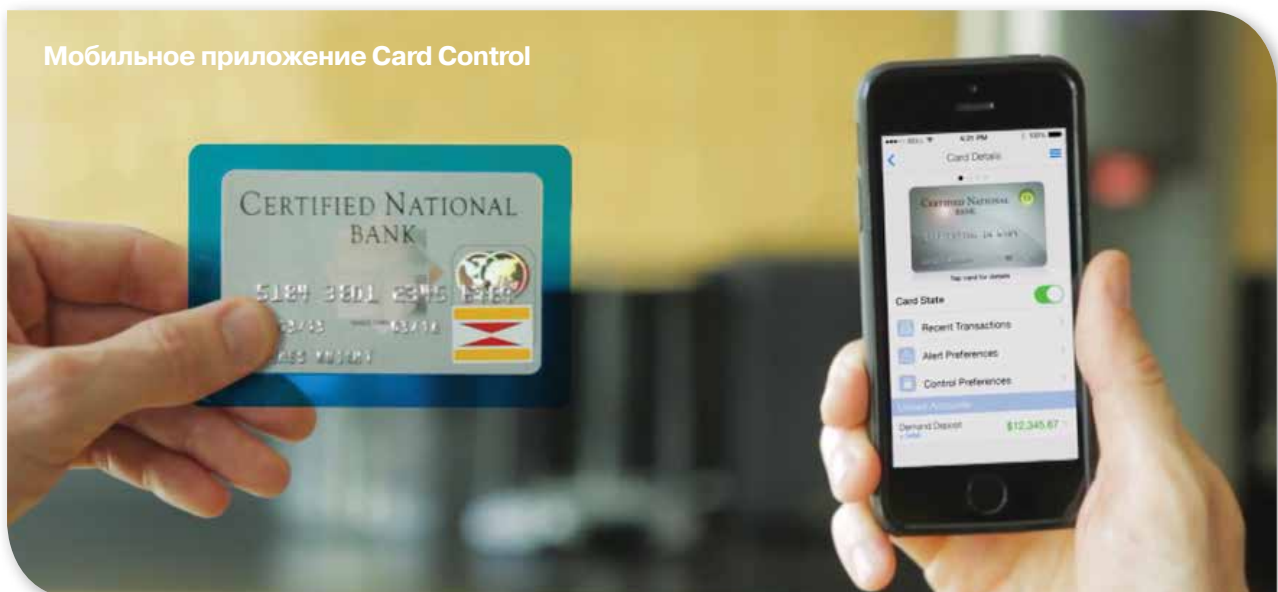


Международная платежная система Mastercard совместно с провайдером мобильных решений Syniverse разработала концептуальное мобильное приложение, позволяющее контролировать местонахождение банковской карты по расположению смартфона владельца с помощью функции геолокации.

Технология Syniverse может определить местоположение устройства в течение доли секунды после подключения смартфона к сети по всему миру. При нахождении смартфона клиента в непосред-

ственной близости от места совершения платежа автоматическая блокировка транзакции не произойдет, как это иногда происходит, если банковская антифрод-система подозревает вероятность совершения мошеннической операции.

Провайдер технологичных финансовых сервисов Card Control разработал white-label решение для банков – мобильное приложение Card Control, которое дает возможность пользователям устанавливать ограничения по использованию карты в пределах заданной географической области, а также разрешать транзакции только в присутствии смартфона владельца, а также устанавливать периодические лимиты на операции и ограничения на платежи по категориям трат. Приложение также позволяет мгновенно заблокировать и разблокировать свои кредитные, дебетовые и предоплаченные карты. При попытках совершения операций с потерянной картой пользователи получают уведомление.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ

Встраиваемые в финансовые мобильные и Интернет-сервисы дополнительные средства коммуникации, такие как, например, чаты с родителями, опции запроса определенной суммы, от-

правка фото потенциальной покупки, позволяют дистанционно и в более комфортной психологической обстановке контролировать финансовые вопросы.

ПРИМЕР ПРОДУКТА С ИНТЕГРАЦИЕЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ UPUP ДЛЯ ДИСТАНЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ТРАТАМИ РЕБЕНКА

Потенциальная аудитория: 6-17 лет



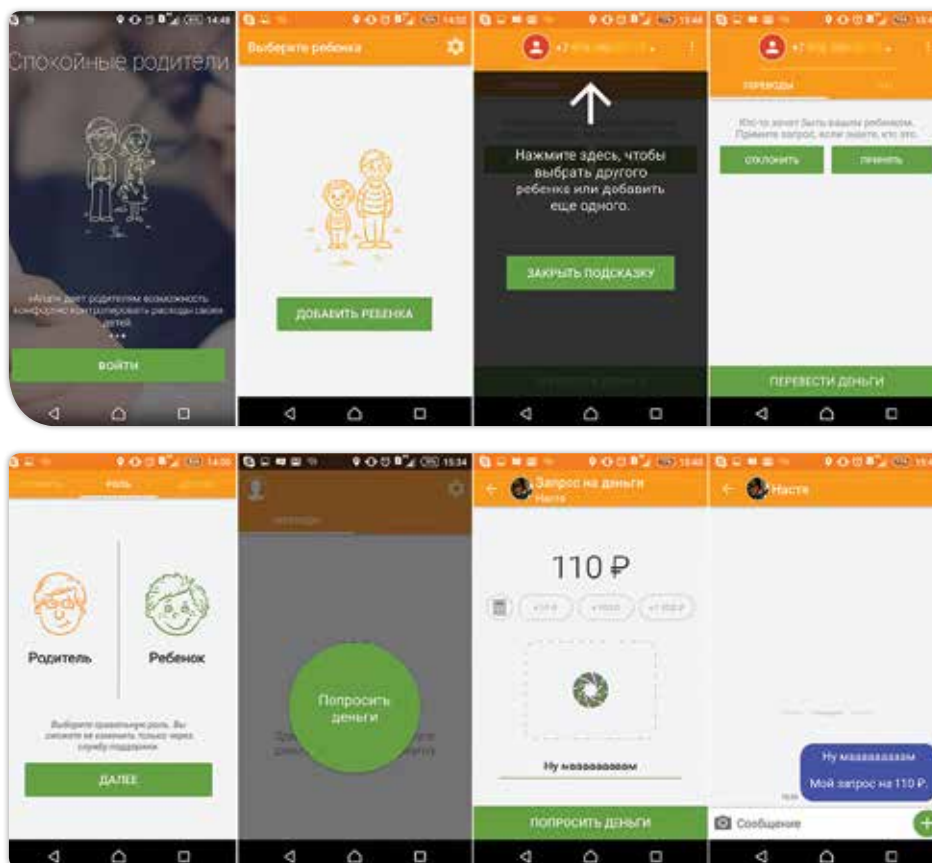
Инстабанк в сотрудничестве с программой поддержки стартапов Mastercard Start Path запустили мобильное приложение UPUP, позволяющее переводить деньги детям и контролировать их расходы.

UPUP позиционируется как приложение для обучения финансовой грамотности ребенка. Сервис

обеспечивает быстрые переводы с карты родителя на карту ребенка, запросы денег от детей, чат с фотографиями для обсуждения трат и постановки финансовых задач детям. Кроме того, родители получают возможность видеть историю переводов средств детям.

Также приложение в будущем, по заявлениям разработчиков, сможет отслеживать детские траты и распределять по категориям расходов (например, сколько было потрачено на развлечения, сколько – на учебники). Дополнительно родители смогут создавать расписание денежных переводов и видеть, какие суммы ребенку были переведены другими родственниками.

Мобильное приложение UpUp



СОЗДАНИЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ПЛОЩАДОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

Организация доступа к определенным Интернет-ТСП в рамках «детского» платежного сервиса (при этом происходит формирование условно ограниченного платежного пространства) существенно снижает

риск нежелательных онлайн трат. Кроме того, подобные интегрированные сервисы могут помочь приучить детей к накоплению средств и планированию трат (накопление на определенный товар).

ДЕТСКИЙ МУЛЬТИСЕРВИСНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ КОШЕЛЕК VIRTUAL PIGGY С ДОСТУПОМ К ОПРЕДЕЛЕННОМУ ЧИСЛУ ТСП-ПАРТНЕРОВ

Потенциальная аудитория: 6-17 лет




Интернет-сервис Virtual Piggy представляет собой площадку электронной коммерции с интегрированным «детским» электронным кошельком (сервис поддерживает карты платежных систем Visa, Mastercard, American Express, Discover, а также взаимодействует со счетами PayPal), на которой ребенок-пользователь может выбрать и приобрести товары, предлагаемые специально отобранными мерчантами-партнерами сервиса.

Дополнительно родитель имеет возможность формировать свой список доступных ребенку ТСП из общего списка партнеров. По желанию они могут также рекомендовать определенные товары к покупке, могут открыть доступ к списку желаний ребенка (его также можно сформировать в рамках сервиса) друзьям и родственникам, чтобы они смогли сделать подарок.

Ребенок или подросток из личного кабинета электронного кошелька может заходить на сайты разрешенных Интернет-магазинов и приобретать понравившиеся товары, вводя только свой логин и пароль. **При этом контактные данные и реквизиты карты не раскрываются.** Система несколько секунд проверяет, проходит ли покупка по лимитам, и в случае одобрения завершает операцию. Если средств на счету недостаточно, то программа учит ребенка копить, он может откладывать часть средств в виртуальную копилку, чтобы потратить их на определенные цели.







**РАЗДЕЛ 2.
ОТНОШЕНИЕ
НАСЕЛЕНИЯ
РОССИИ К ВОПРОСАМ
ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ФИНАНСОВОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ
ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ**

РЕЗЮМЕ

- Подавляющее большинство считает, что детям и подросткам до 13 лет небезопасно пользоваться какими-либо финансовыми продуктами и услугами. Только 4% респондентов указали страхование как безопасную услугу для детей до 13 лет, по 1% – банковские карты, электронные кошельки и мобильный банк.

- Считают, что подросткам 14-17 лет безопасно пользоваться банковскими картами (21%), мобильным банком (16%), электронными кошельками (15%), страхованием (13%) и Интернет-банком (13%).

- По мнению респондентов, возраст, с которого можно безопасно пользоваться финансовыми продуктами и услугами, начинается с 18-24 лет: по 61% опрошенных называли безопасными банковские карты, 57% – Интернет-банки, по 55% – кредиты и страхование.

- Микрозаймы представляются нашим соотечественникам наименее безопасным продуктом для подростков: средний возраст, с которого можно начинать использовать данный финансовый продукт, составляет 23 года. Услуги страхования воспринимаются как наиболее безопасный продукт для подростков. Средний возраст, с которого, как считают респонденты, можно начинать пользоваться им, составляет 18 лет.

- Большинство россиян не привлекают детей к учету доходов и расходов, планированию бюджета семьи, хотя за год эта доля несколько снизилась (с 72% до 61%). Ожидается больше тех, кто не посвящает детей в вопросы планирования доходов и расходов семьи среди респондентов 25-34 лет (72%). Доля взрослых, которые советуются с детьми по вопросам семейного бюджета, за год выросла всего на 3 п.п. (до 15%), из них почти 2/3 (61%) приходится на респондентов 35-59 лет. Это говорит о том, что в российских семьях по-прежнему не ведется работа по формированию основ финансовой грамотности, и особенно серьезно эта проблема проявляется в молодых семьях.

- Более трети (39%) детей и подростков отметили, что родители никак не привлекают их

к планированию доходов и расходов семьи. Ещё около трети (32%) несовершеннолетних заявили, что родители посвящают их в вопросы ведения семейного бюджета, но не спрашивают их мнения. И только 29% детей и подростков 14-17 лет указали, что родители не только делятся с ними информацией, но и советуются по указанным вопросам. По сравнению с 2015 г. ситуация изменилась очень незначительно – тогда 36% несовершеннолетних указали, что родители совсем не привлекают их к ведению бюджета семьи, ещё столько же отметили, что родители держат их в курсе, но не советуются и 28% заявили, что с ними не только делятся информацией, но и советуются. Таким образом, опрос несовершеннолетних детей и подростков 14-17 лет ещё раз подтверждает, что в семье не формируются навыки управления семейным бюджетом и ситуация за год не изменилась.

- 73% подростков 14-17 лет указали, что родители обсуждают с ними вопросы, связанные с деньгами, финансами и экономикой (61% несовершеннолетних респондентов отметили, что данные вопросы обсуждаются с ними иногда). Год назад доля подростков, с которыми родители обсуждают вопросы, связанные с деньгами, финансами и экономикой, был несколько выше (78%).

- Большинство подростков 14-17 лет имеют в распоряжении собственные деньги (86%). Год назад о наличии собственных денег заявили на 11% меньше несовершеннолетних подростков (75%). При этом у большинства подростков, как правило, нет действующей банковской карты (отсутствие банковской карты указали 59% несовершеннолетних респондентов).

- Больше половины подростков, которых родители привлекают к ведению семейного бюджета, имеют собственную банковскую карту (61%). 74% детей, которым рассказывают про учет доходов и расходов, но не спрашивают их мнения, не имеют собственных денег.

- У детей, с которыми родители регулярно обсуждают темы, связанные с деньгами, экономикой, финансами, как правило в распоряжении имеются личные деньги. 29% подростков, с которыми

родители не обсуждают данные вопросы, не имеют личных денег.

- Чуть менее половины респондентов-детей пользовались банкоматами в предыдущие три месяца (44%). 39% пользовались платежными терминалами. Наименьшее число детей за последние три месяца пользовались Интернет-банком и предоплаченной картой (8% и 5% соответственно).

- 89% детей и подростков осведомлены о случаях мошенничества с банковскими картами. 11% респондентов почти ничего не знают о такой проблеме.

- Хранение PIN-кода карты и кодов доступа в Интернет-банк отдельно от банковской карты как способ защиты от мошенничества с банковскими картами называли 67% опрошенных детей, 65% указали такую меру, как защита от «посторонних глаз» PIN-кода карты при проведении операций.

- Почти двум третям (63%) респондентов, имеющих банковскую карту, известно про такую меру защиты от мошенников, как хранение карты отдельно от наличных, 61% знают о СМС-информировании и возможности отслеживать с помощью него операции по банковской карте. Пользовались этими мерами защиты 72% детей.

- 12% респондентов, которые имели банковскую карту на момент опроса либо опыт её использования в прошлом, не знают никаких способов защиты банковской карты (32%).

- Более половины опрошенных родителей / бабушек / дедушек знакомы со сберегательными

счетами / вкладами на детей (61%), 44% – с образовательными кредитами, треть респондентов с дебетовыми картами, выпускаемыми как дополнительные к основным банковским картам родителей.

- Большинство респондентов не оформляли сберегательные счета/вклады на детей, образовательные кредиты, предоплаченные банковские карты для детей, дебетовые карты, дополнительные к своим (74%).

- Более чем для половины россиян **абсолютно важно обеспечение финансовой защиты детей и подростков** (57%).

- Среди наиболее актуальных мер в контексте проблемы финансовой защиты детей респонденты чаще всего указывали: **обучение детей финансовой грамотности в школе** (64%), **внедрение технологий родительского контроля** (56%) и **законодательные меры по ограничению доступа детей к финансовым продуктам и услугам** (53%). Наименее актуальной мерой финансовой защиты детей респонденты считают развитие специальных финансовых продуктов, таких как детские банковские карты (её указали лишь 14% опрошенных).

- Проблема финансовой защиты детей ожидается более актуальной для респондентов с детьми (70%), чем для бездетных (44%). Несмотря на это, в целом, большинство опрошенных и с детьми, и без детей рассматривают проблему как абсолютно важную. Совсем не актуальным данный вопрос представляется 11% опрошенным без детей, тогда как такую же самую низкую оценку актуальности проблеме поставили 2% респондентов с детьми.

ВОСПРИЯТИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ

Наши сограждане считают, что пользование какими-либо финансовыми продуктами и услугами для несовершеннолетних нежелательно – существующие финансовые продукты представляют для них опасность. По мнению большинства опрошенных, пользоваться финансовыми продук-

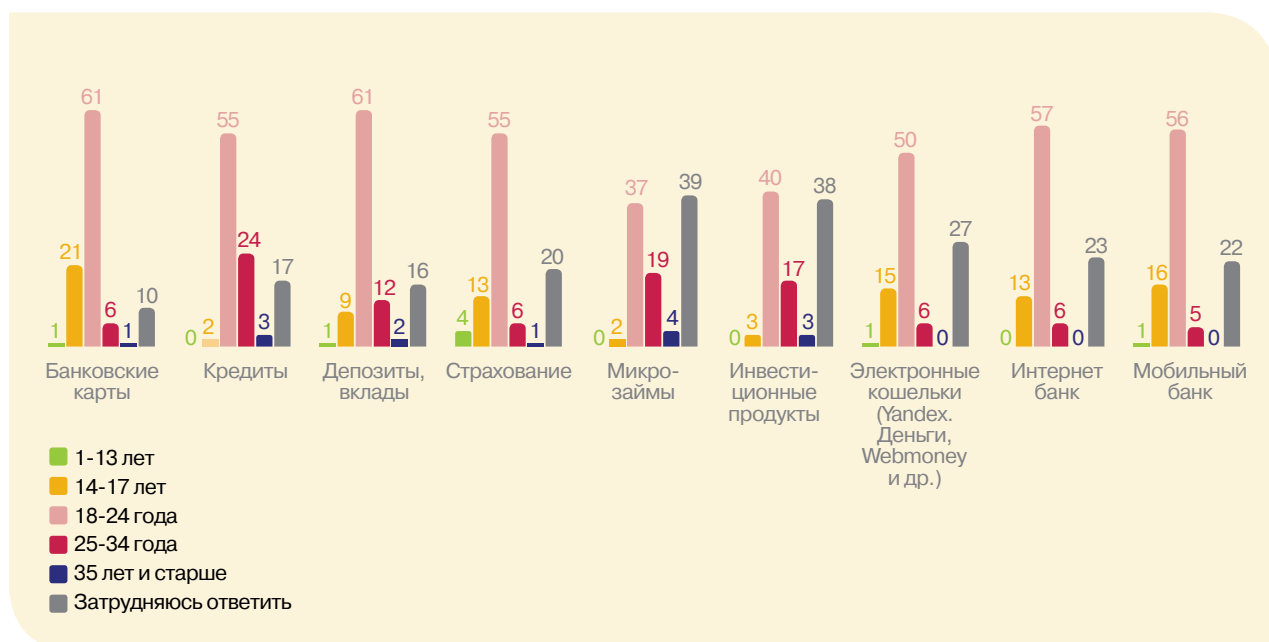
тами / услугами можно только с 18-24 лет. Более половины считают, что с 18-24 лет безопасно использовать банковские карты, депозиты и вклады (по 61%), Интернет-банк (57%), мобильный банк (56%), кредиты и услуги страхования (по 55%), электронные кошельки (50%). О безопасном взя-

тии кредитов и микрозаймов с 25-34 лет говорили 24% и 19% соответственно.

Лишь каждый пятый взрослый респондент считает, что подросткам 14-17 лет можно безопасно пользоваться банковскими картами (21%), и только 16% респондентов выделили в качестве безопасного продукта для них – мобильный банк, 15% – электронные кошельки, по 13% – страхование и Интернет-банк.

Подавляющее большинство респондентов считает, что возраст до 13 лет небезопасен для использования любых финансовых продуктов и услуг. Лишь 4% опрошенных указали, что для данной возрастной группы безопасно страхование, по 1% респондентов полагают, что до 13 лет безопасно пользоваться банковскими картами, электронными кошельками и мобильным банком.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как вы считаете, с какого возраста безопасно пользоваться следующими финансовыми продуктами / услугами?», % опрошенных



Наименее безопасными для детей и подростков финансовыми продуктами и услугами наши сограждане считают микрозаймы, инвестиционные продукты и кредиты. Средний возраст безопасного использования микрозаймов, указанный респондентами, составляет 23 года. Безопасно пользоваться инвестиционными продуктами и кре-

дитами можно с 22 лет. Как, в среднем, указали респонденты, 20 лет – безопасный возраст для депозитов, в 19 лет можно безопасно пользоваться банковскими картами, электронными кошельками, Интернет-банком и мобильным банком. По мнению опрошенных, раньше всего можно безопасно использовать страховые услуги – в среднем, с 18 лет.

Средний возраст безопасного пользования финансовыми продуктами/услугами



ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ И ОСНОВ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В СЕМЬЕ

МНЕНИЕ СОВЕРШЕННОЛЕТНИХ РЕСПОНДЕНТОВ (СТАРШЕ 18 ЛЕТ)

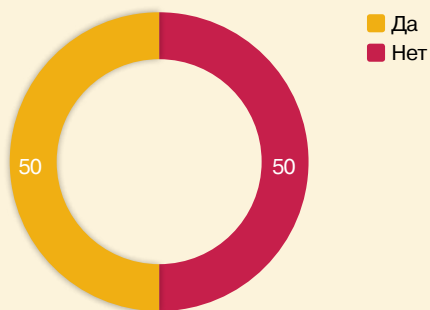
У половины респондентов старше 18 лет имеются несовершеннолетние дети или внуки.

Большинство наших сограждан не привлекают своих детей или внуков к учету доходов и расходов семьи и планированию бюджета (61%). Почти четверть россиян рассказывает несовершеннолетним про семейный бюджет но не спрашивает их мнения (24%). Интересуются мнением и советуются со своими детьми по поводу бюджета семьи лишь 15% опрошенных.

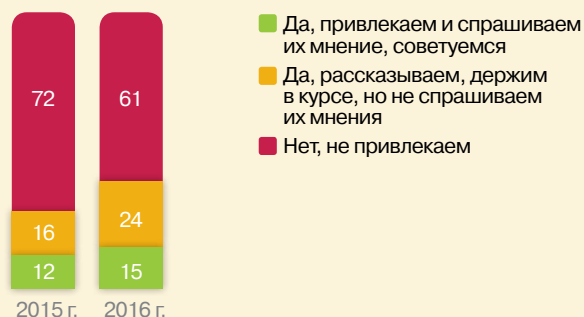
Наибольшая доля россиян, которые не привлекают своих детей и внуков к учету расходов

и доходов – в возрастной группе 25-34 года (72%). Больше половины респондентов в возрасте 60 лет и старше также не привлекает детей и внуков к планированию бюджета (67%). Молодые родители в возрасте 18-24 лет совсем не советуются и не спрашивают мнения своих детей по поводу семейного бюджета. Однако почти половина респондентов из данной возрастной группы рассказывает детям об учёте средств и планировании семейного бюджета, держит их в курсе (43%). 42% опрошенных в возрасте от 35 до 59 лет советуются со своими детьми, внуками по поводу учета доходов и расходов.

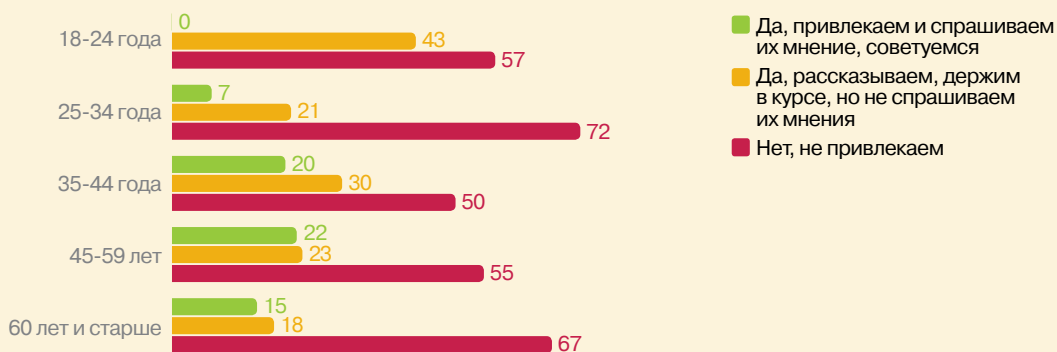
Распределение ответов респондентов на вопрос: «Имеются ли у вас несовершеннолетние дети, внуки в возрасте до 18 лет?», % опрошенных



Распределение ответов респондентов на вопрос: «Привлекаете ли Вы своих детей, внуков к учету доходов и расходов/планированию семейного бюджета?», % опрошенных, от тех, у кого есть дети/внуки



Распределение ответов респондентов на вопрос: «Привлекаете ли Вы своих детей, внуков к учету доходов и расходов/планированию семейного бюджета?», % опрошенных по возрастным группам



МНЕНИЕ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ РЕСПОНДЕНТОВ (14-17 ЛЕТ)

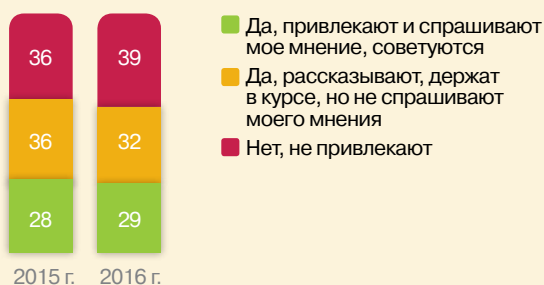
Данные опроса несовершеннолетних детей и подростков 14-17 лет подтверждают выводы о том, что в российских семьях не ведётся практически никакой работы по формированию навыков ответственного финансового поведения.

Более трети детей (36%) указали, что родители не спрашивают их мнения по поводу семейного бюджета, хотя разговаривают с ними на эту тему и держат в курсе. Такую же долю детей никак не привлекают к учету семейных доходов и расходов (36%). 28% респондентов ответили, что родители привлекают их к данному вопросу и советуются

с ними (28%). По сравнению с прошлым годом ситуация не поменялась.

Более половины детей указали, что родители иногда обсуждают с ними вопросы, связанные с финансами, деньгами, экономикой (61%). 12% опрошенных отметили, что родители регулярно говорят с ними на эту тему. Взрослые совсем не обсуждают тему денег и экономики с каждым четвертым ребенком (27%). В прошлом году доля детей, с которыми родители обсуждали тему экономики и финансов была несколько выше.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Привлекают ли Вас родители/родственники к учету семейных доходов и расходов, планированию семейного бюджета?**», % опрошенных



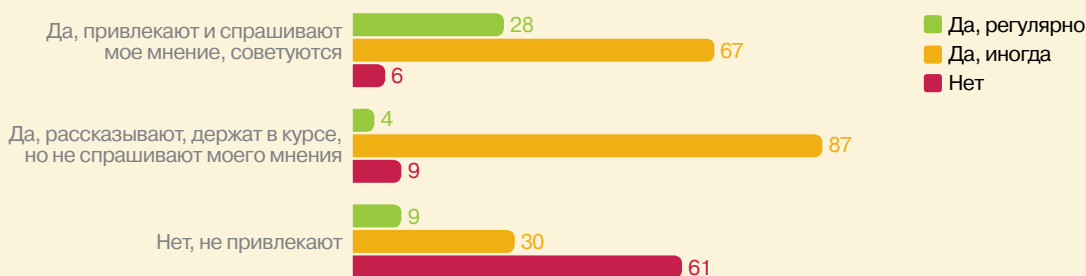
Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Обсуждают ли родители с Вами вопросы, связанные с деньгами, финансами и экономикой?**», % опрошенных



Чуть менее трети детей, с которыми регулярно обсуждаются вопросы экономики и финансов, родители привлекают к учету доходов и расходов семьи и советуются с ними (28%). Среди детей, с которыми родители делятся информацией о семейном бюджете, подавляющее большинство

(87%) указали, что с ними также обсуждают тему денег, финансов и экономики. Около 2/3 несовершеннолетних из числа тех, кого взрослые никак не привлекают к учету доходов и расходов семьи, также указали, что родители не обсуждают с ними тему экономики и финансов.

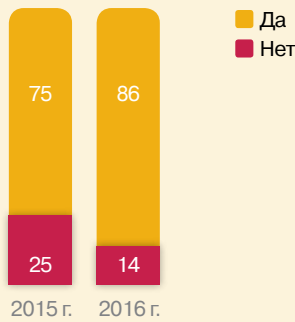
Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Обсуждают ли родители с Вами вопросы, связанные с деньгами, финансами и экономикой**», % опрошенных



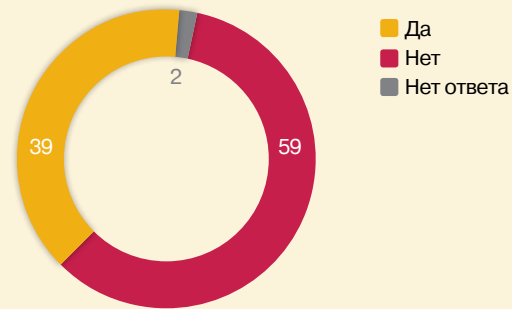
У большинства детей и подростков 14-17 лет есть в распоряжении собственные деньги (86%). При этом у большей части опрошенных детей нет своей

действующей банковской карты (59%). По сравнению с 2015 г. доля детей, располагающих личными деньгами, выросла на 11%.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Есть ли у Вас в распоряжении собственные деньги?**», % опрошенных



Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Есть ли у вас действующая банковская карта?**», % опрошенных



У 100% детей, с которыми регулярно обсуждают вопросы, связанные с деньгами, экономикой и финансами и у 90% тех, с кем иногда обсуждают данные вопросы, есть собственные деньги. Среди детей, с кем взрослые не обсуждают данные вопросы, 29% опрошенных не имеет своих денег. Больше чем у половины опрошенных детей, которых привлекают к учету семейного бюджета

и интересуются их мнением, есть собственная банковская карта (61%). Среди несовершеннолетних, которым рассказывают про учет доходов и расходов, но не спрашивают мнения, 74% не имеет действующей банковской карты. Среди детей, которых родители никак не привлекают к учету доходов и расходов семьи, 2/3 не имеет банковской карты.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Есть ли у Вас в распоряжении собственные деньги?**», % опрошенных по степени информирования детей родителями



Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Есть ли у Вас действующая банковская карта?**», % опрошенных по степени привлечения детей к учету семейных доходов и расходов



ПОЛЬЗОВАНИЕ ФИНАНСОВЫМИ ПРОДУКТАМИ И УСЛУГАМИ

Дети и подростки 14-17 лет являются активными пользователями финансовых продуктов и услуг, прежде всего, различных инструментов осуществления платежей и переводов. Наиболее популярны среди них банкоматы (44% респондентов) и терминалы (39%). Банковскую карту, в том

числе привязанную к счету родителей, а также школьную карту использовали 28% и 27% детей и подростков соответственно. Наименьшее число детей пользовались Интернет-банком и предоплаченной картой, таких оказалось 8% и 5% соответственно.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Чем из перечисленного вам приходилось пользоваться за последние 3 месяца?**», % от опрошенных детей и подростков



ОСВЕДОМЛЁННОСТЬ О ФАКТАХ МОШЕННИЧЕСТВА С БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ И СПОСОБАХ БОРЬБЫ С НИМ

Подавляющее большинство детей и подростков (89%) знают о фактах мошенничества с банковскими картами. 11% респондентов признались, что почти ничего не знают о такой проблеме.

Среди способов защиты от мошенничества в отношении банковских карт большинство респондентов, имеющих банковские карты или опыт пользования такими картами, назвали хранение PIN-кода карты и кодов доступа в Интернет-банк отдельно от банковской карты и защиту от «посторонних глаз» PIN-кода карты при проведении операций (67% и 65% соответственно). Треть респондентов пользуются в настоящее время или пользовались

Распределение ответов на вопрос: «**Знаете ли Вы о том, что бывают случаи мошенничества в сфере использования банковских карт?**», % опрошенных



ранее данными способами защиты – (38% и 32% соответственно).

63% детей, имеющих карту, знают про такую меру для защиты от мошенников, как хранение банковских карт отдельно от наличных, 61% указывают отслеживание каждой операций с помощью СМС-информирования. По 36% опрошенных

детей, имеющих банковскую карту или опыт её использования в прошлом, пользовались данными способами защиты карты от мошенников. 12% респондентов не знают никаких способов защиты банковской карты, а не пользуются или не пользовались никакими мерами защиты почти треть опрошенных детей, имеющих карту или её использования (32%).

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Назовите, пожалуйста, известные Вам способы защиты от мошенничества в отношении банковских карт» и «Какими из них Вы пользуетесь / Вам приходилось пользоваться?», % от имеющих банковскую карту или использовавших ее в течение последних трех месяцев



ЗНАНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

Что касается знания специализированных финансовых продуктов и услуг для детей, то лучше всего наши сограждане осведомлены о сберегательных продуктах для детей и подростков. Этот продукт назвали 61% опрошенных.

44% респондентов знают об образовательных кредитах, около трети респондентов (30%) указали дебетовые карты, выпускаемые как дополнительные к родительским, 29% называли предоплаченные банковские карты. Из перечисленных

никакие финансовые продукты и услуги не знают 28% опрошенных.

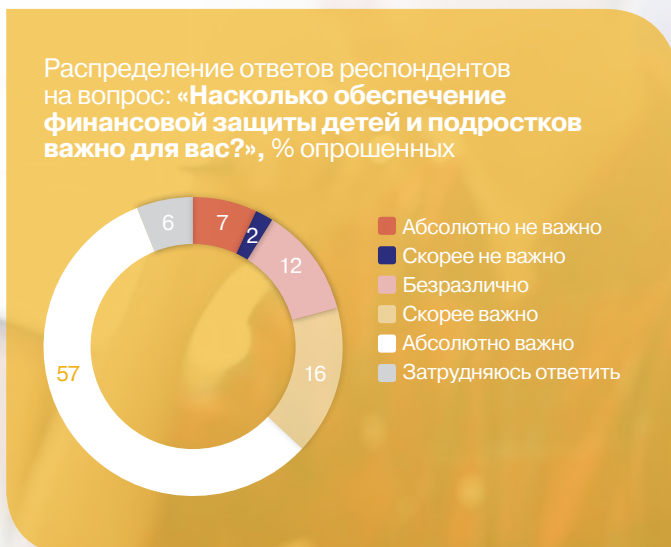
Стоит отметить, что большинство респондентов не оформляли никакие финансовые продукты и услуги из перечисленных (74%). Опыт оформления сберегательных счетов на детей и внуков имели 17% респондентов. 8% респондентов делали предоплаченные банковские карты для детей, 7% опрошенных - дебетовые карты как дополнительные к своим картам.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие финансовые продукты и услуги для детей и подростков вы знаете?» и «Какие финансовые продукты и услуги для детей и подростков вы оформляли на детей или внуков?», % опрошенных, имеющих детей/внуков



ОТНОШЕНИЕ К ИНИЦИАТИВАМ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ФИНАНСОВОЙ ЗАЩИТЫ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

Вопрос обеспечения финансовой безопасности детей и подростков представляется абсолютно важным для более чем для половины россиян (57%). 15% респондентов оценили актуальность данного вопроса в 4 балла из 5 возможных. Лишь для 7% респондентов вопрос финансовой защиты детей и подростков абсолютно не важен. Затруднились с ответом 6% опрошенных.



Большинство наших сограждан отметили все меры по обеспечению финансовой защиты детей как абсолютно актуальные. Чаще всего респонденты указывали обучение детей финансовой грамотности в школе (64%), внедрение технологий родительского контроля (56%) и законодательные

меры по ограничению доступа детей к финансовым продуктам и услугам (53%) как самые актуальные. Наименее актуальной мерой финансовой защиты детей респонденты считают развитие специальных финансовых продуктов для детей, таких как детские банковские карты (14%).

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Оцените актуальность перечисленных мер по обеспечению финансовой защиты детей?», % опрошенных



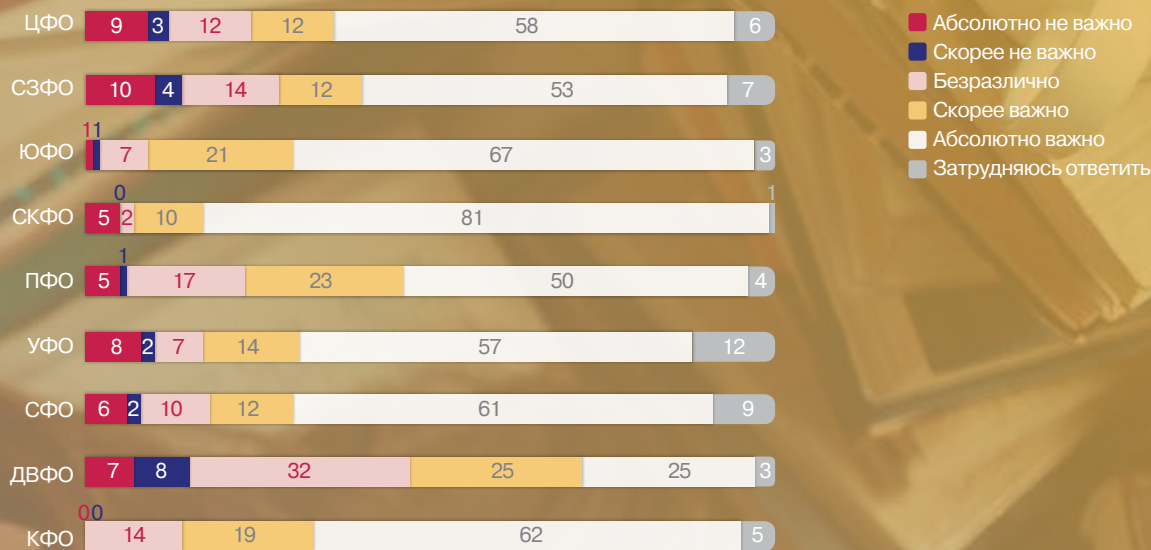
Наибольшая доля граждан, для которых абсолютно важно обеспечивать детям и подросткам финансовую защиту, среди жителей Северокавказского федерального округа (81%). Меньше всего волнует данный вопрос респондентов из Дальневосточного федерального округа (25%), самую низкую оценку важности обеспечения финансовой защищенности детей ставят также в этом округе – треть респондентов (32%) оценили степень важности проблемы на 3 балла из 5. Чаще всего абсолютно не важен вопрос финансовой защищенности детей и подростков для жителей Центрального и Северо-Западного федеральных округов (9% и 10% соответственно).

Данные опроса показали, что большинство опрошенных, у которых есть дети/внуки, оценивают проблему актуальности различных мер по обеспечению финансовой безопасности детей как

абсолютно важную. Среди тех, кто поставил наивысшую оценку важности вопроса, 77% опрошенных спрашивают мнение детей по поводу семейного бюджета, 73% респондентов, держит своих детей в курсе учета доходов и расходов семьи. Среди родителей, которые не привлекают детей/внуков к учету семейных доходов и расходов, более половины считают финансовую защиту детей абсолютно важной (67%).

Вопрос актуальности проблемы финансовой безопасности несовершеннолетних в большей степени актуален для респондентов с детьми, чем для бездетных (70% против 44%), однако, в целом, для большинства опрошенных как с детьми, так и без детей данный вопрос представляется крайне важным. Абсолютно неактуальной финансовая безопасность детей и подростков представляется лишь для 11% бездетных и для 2% респондентов с детьми.

Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Оцените актуальность перечисленных мер по обеспечению финансовой защиты детей?**», % опрошенных по Федеральным округам



Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Насколько обеспечение финансовой защиты детей и подростков важно для вас?**», % опрошенных, имеющих детей/внуков, по степени привлечения детей к учету семейных доходов и расходов



Распределение ответов респондентов на вопрос: «**Оцените актуальность перечисленных мер по обеспечению финансовой защиты детей?**», % опрошенных по наличию детей/внуков



**РАЗДЕЛ 3.
МЕЖДУНАРОДНЫЕ
ПРАКТИКИ ОБУЧЕНИЯ
ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ
ФИНАНСОВОЙ
ГРАМОТНОСТИ**

123456789
2345

Обучение азам финансовой грамотности с самого детства, по мнению ведущих розничных банков мира, – одно из лучших долгосрочных средств финансовой защиты и формирования осознанного потребления финансовых продуктов у будущих поколений клиентов. Эксперты полагают, что начинать обучение следует на раннем этапе (с 4-5 лет, когда ребенок научится считать), когда все ожидания, связанные с денежными средствами, только определяются у ребенка. Кроме того, надо учитывать тот факт, что дети знают о мире финансов и бизнеса гораздо больше, чем думают взрослые: они каждый день оперируют ключевыми финансовыми понятиями и инструментами. Еже-

дневно они учатся делать самостоятельный выбор, постигают особенности товарного и денежного обмена, пытаются дифференцировать товары. Поэтому в настоящий момент правительственные и финансовые организации мира, а также коммерческие учреждения, косвенно связанные с миром финансов, реализуют различные образовательные проекты (обучающие Интернет-порталы, семинары и тренинги, конкурсы, тематические площадки инклюзивного обучения и др.), которые позволят сформировать у детей рациональное отношение к распоряжению денежными средствами в будущем, а также умение пользоваться комплексными банковскими продуктами.

ПОЛНОЦЕННОЕ ИНФОРМИРОВАНИЕ

Для достижения конечной цели – обучения азам финансовой грамотности детей и подростков – финансовыми и правительственными организациями используются различные форматы обучающего процесса (информирование, проведение обучающих занятий, создание мультимедийных решений и т.д.), но чаще используется интегрированный подход, сочетающий в себе различные классические и интерактивные обучающие элементы и являющийся на данный момент наиболее эффективным, по мнению самих финансово-кредитных организаций. При этом геймифицирование обучающих процессов играет ключевую роль. Финансово-кредитные организации могут предоставлять несовершеннолетним пользователям

подробную информацию о реализуемых банковских продуктах и сервисах в доступной (возможно игровой) для детей форме. Такие материалы – печатные и электронные – в целом представляют собой детальную инструкцию по использованию продуктов и сервисов, а также описание рисков, их последствий, указанием способов их предотвращения. Кроме того, дополнительным источником информирования и консультирования детско-подростковой аудитории могут стать специально созданные выделенные линии (или небольшие call-центры). Например, как это было организовано в одном из первых детских банков Young Americans Bank, американском детском банке.

ВЫРАЩИВАНИЕ «ОПЫТНОЙ» КЛИЕНТСКОЙ АУДИТОРИИ

Банки начинают понимать, что очень важно дать детям и подросткам нужные инструменты, чтобы они смогли правильно обращаться с денежными средствами, когда вырастут и смогут принимать самостоятельно финансовые решения. Предлагая адаптированные гибкие решения для детских нужд с возможностью подключения новых опций при переходе в другую возраст-

ную категорию, а не упрощенные «взрослые» финансовые продукты с урезанным функционалом, банки косвенно обучают и постепенно приучают детей и подростков к более сложным продуктам. Таким образом формируется опытная лояльная аудитория, готовая к восприятию комплексных высокомаржинальных продуктов и сервисов.

ПРИМЕРЫ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ, НАПРАВЛЕННЫХ НА УДЛИНЕНИЕ «ДЕТСКОГО» КЛИЕНТСКОГО ЦИКЛА

СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ PEOPLE'S BANK ШРИ-ЛАНКА

Потенциальная аудитория: 0-17 лет



Ланкийский Банк People's Bank предлагает два сберегательных продукта для детей от рождения до достижения совершеннолетия:

- сберегательный счет для детей от рождения до 5 лет (Isuru Udana) открывается в любом отделении взрослым, а также может быть оформлен в виде подарочного сертификата любым клиентом банка;
- второй тип сберегательного счета (Sisu Udana), предназначенный для детей от 5 до 18 лет, может **быть автоматическим преобразован из Isuru Udana по достижению ребенком 5 лет.** Таким

образом совершается переход в более сложный продукт. Продукт также может быть открыт как родителем в любом отделении банка, так и самим ребенком, но в специальном подразделении банка, расположенном в общеобразовательной школе («детском отделении»). Также ребенок может самостоятельно пополнять счет.

Кроме того, в целях приучения ребенка к пользованию сберегательными продуктами предусмотрены различные виды поощрения: подарки ребенку от банка по мере увеличения объема средств на счету (игрушки, рюкзаки и др.), а также специальные денежные вознаграждения за хорошую учебу в школе.

ДЕБЕТОВАЯ КАРТА BABY CARD GROWTH ОТ ICBC

Потенциальная аудитория: 0-17 лет



Китайский банк ICBC предлагает комплект семейных дебетовых карт Baby Growth Card платежной системы China UnionPay, позволяющий осуществлять безналичные платежи, денежные переводы и накопления. Однако основной целью платежных инструментов является обучение детей рациональному пользованию денежными средствами. В карточный пакет входят:

- карта для ребенка Baby Card, выпускаемая в качестве дополнительной к карте родителя;

- карты для родителей – Daddy Card (карта для отца) и Mummy Card (карта для матери). Одна из карт выпускается в качестве основной, вторая карта является дополнительной.

Карту можно открыть сразу после рождения ребенка. В этом случае она будет использоваться как сберегательный счет. Когда начать пользоваться картой ребенку и в каком объеме, определяют родители: ребенок/подросток может самостоятельно снимать наличные средства в банкоматах, оплачивать покупки в онлайн и оффлайн магазинах в пределах установленных родителями лимитов, получать денежные переводы от родителей, находясь за границей, а также управлять картой в Интернет-банке. В банке ICBC полагают, что дети по мере взросления и выхода на работу станут использовать карту с целью перевода средств родителям в качестве поддержки и обеспечения.

Дебетовая карта Baby Card Growth от ICBC



КОМПЛЕМЕНТАРНОЕ ОБУЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ

На фоне текущего бурного развития информационных технологий и их влияния на повседневную жизнь некоторые банки изначально разрабатывают «детские» банковские решения, направленные одновременно как на прививание финансовой

грамотности, так и на развитие навыков пользования современными технологическими средствами. Подобный подход может позволить сформировать лояльную к банкам клиентскую аудиторию, продвинутую в технологическом плане.

ПРИМЕРЫ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ, НАПРАВЛЕННЫХ НА КОМПЛЕМЕНТАРНОЕ ОБУЧЕНИЕ

БЕЗНАЛИЧНАЯ КОПИЛКА CLEVER KASH ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕНЬГАМИ И ЦИФРОВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

Потенциальная аудитория: 4-14 лет



Новозеландский банк ASB предложил новый способ обучения детей финансам, выпустив специальную электронную игрушку в форме слоненка Clever Kash, которая в ближайшем будущем сможет заменить традиционную копилку.

Цифровая копилка Clever Kash от ASB Bank



Решение призвано вовлечь детей в обсуждение финансовых вопросов с помощью геймифицированного процесса получения и сбережения средств, а также сформировать у детей рациональные привычки в пользовании деньгами, в частности сбережения и осуществления безналичных расчетов. Кроме того, Clever Kash приучает ребенка к пользованию цифровыми технологиями для управления личными финансами. В настоящее время Clever Kash существует только в виде прототипа, но уже в ближайшее время он будет доступен клиентам банка.

Для пополнения цифровой копилки первоначально необходимо перевести средства на счет ребенка, открытый в банке, а затем, используя мобильное приложение ASB Mobile, обновить данные непосредственно в Clever Kash. При этом предусмотрена возможность для самостоятельных действий ребенка. Для того чтобы ребенку самому пополнить копилку, нужно в мобильном приложении на экране смартфона сдвинуть пальцем изображение монет в сторону устройства Clever Kash. Данные передаются по Bluetooth-соединению. Экран, расположенный на «животе» игрушки, моментально отобразит изменившийся баланс сбережений. Кроме того, доступна опция просмотра истории – на экран копилки-слоника можно вывести информацию обо всех изменениях счета. Это может позволить детям в игровой форме отслеживать свои накопления.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОРМАТА ОБУЧАЮЩИХ ЗАНЯТИЙ

Для обучения детей и подростков финансовой грамотности наиболее привычным способом является проведение обучающих занятий в офлайн (тренинги и семинары) и онлайн (Интернет-порталы, мобильные сервисы и др.) форматах. Ряд банков (иногда при поддержке правительства страны) в разных странах мира

также реализует проекты совместно со школами, где финансовая грамотность выступает в качестве самостоятельной дисциплины. Кроме того, как уже говорилось, образовательные проекты также могут реализовывать организации, не имеющие отношения к финансовому сектору, например, телевизионные компании.

ПРИМЕРЫ ПРОГРАММ ОБУЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

АКТИВНОСТИ БАНКОВ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ОБУЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

Потенциальная аудитория: 6-18 лет



Банк Хоум Кредит активно занимается популяризацией банковских услуг и повышением финансовой грамотности населения.

В 2015 г. в разных регионах России сотрудники банка бесплатно обучали детей финансовой грамотности в игровой форме. Специалисты банка

разработали детскую деловую игру «Полезные деньги». Цель и суть игры состоит в следующем: разделившись на команды (семьи), участники планировали финансовую жизнь, зарабатывали и расходовали игровые деньги. Побеждала та команда, которая рационально планировала семейный бюджет, отдавала приоритет обязательным расходам, инвестировала средства в развитие, обучение членов семьи, использовала накопительные финансовые инструменты. По итогам игр дети получают первое представление об управлении семейным бюджетом и знакомятся с накопительными финансовыми инструментами – банковскими депозитами.

Детская деловая игра «Полезные деньги» от Home Credit



Альфа-Банк также уделяет большое внимание финансовой грамотности детей и подростков. В марте 2016 г. банк выступил партнером II Всероссийской недели финансовой грамотности для детей и молодежи, которая проходит с 2014 года в рамках совместного проекта Министерства финансов Российской Федерации и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации». При участии сотрудников Альфа-Банка проходили уникальные мероприятия в банковских отделениях, выездные семинары в школах, колледжах и вузах.

На семинарах дети младшего возраста и их родители узнавали историю появления наличных денег, что такое банковская карта, какие бывают карты и как их можно использовать, учились определять подлинность банкнот, а также защищать себя от мошеннических действий при пользовании банковской картой. Учащимся старших классов, колледжей и вузов были предложены более «взрослые» темы: бюджет и финансовое планирование, экономические циклы и кризисы, вклады и кредиты, накопления и сбережения, страхование, финансовые мошенничества, защита прав потребителей.

Участие Альфа-банка во Всероссийской неделе финансовой грамотности для детей и молодежи



ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ BBVA AND P.A.U. EDUCATION



Благодаря активной поддержке испанского банка BBVA, испанскому социальному предприятию P.A.U. Education удалось запустить проект “Valores de Futuro” в 2009 году, чтобы помочь детям и молодежи принимать обоснованные финансовые решения.

Программа основана на партисипативном образовании, общественных процессах и инновационном содержании благодаря сотрудничеству между BBVA и P.A.U. с международным партнером Aflatoun. Учителям и детям рекомендуется критически задуматься об индивидуальной и общественной ценности денег и их использования, например, усилиях, ответственности, сопереживании и солидарности. Программа дает

учителям более 60 семинаров на основе практических и творческих методов, включая мозговой штурм, Ролевые игры, театр, совместные проекты в течение года и инициативы социального предпринимательства. Все это предназначено для того, чтобы молодые учащиеся задумались о роли денег в своей жизни. Финансовое образование – это не только получение информации о финансовых услугах или изучение сложных процентов, речь идет о понимании своих прав и обязанностей, активном участии в социуме и экономике.

Это не единственный проект группы BBVA по финансовому образованию – банковская группа считается одним из лидеров среди финансовых институтов по работе над финансовым образованием молодого поколения в устойчивой манере и поддерживает составление полноценных образовательных программ и проектов в большинстве стран своего присутствия.

ИНКЛЮЗИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Финансово-кредитные организации большинства стран мира в продвижении формата детского банкинга активно используют становящиеся все более популярными инклюзивные подходы к обучению финансовой грамотности, когда обучение происходит в процессе погру-

жения в банковскую среду. Для этих целей финансово-кредитные организации открывают детские уголки во «взрослых» отделениях или полноценные отделения в игровых детских парках с максимально реалистичной инфраструктурой.

ПРИМЕРЫ ПРОЕКТОВ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБУЧЕНИЯ

РЕАЛИСТИЧНЫЕ ИГРОВЫЕ БАНКОВСКИЕ ЗОНЫ В ДЕТСКИХ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКАХ

Потенциальная аудитория: 0-14 лет



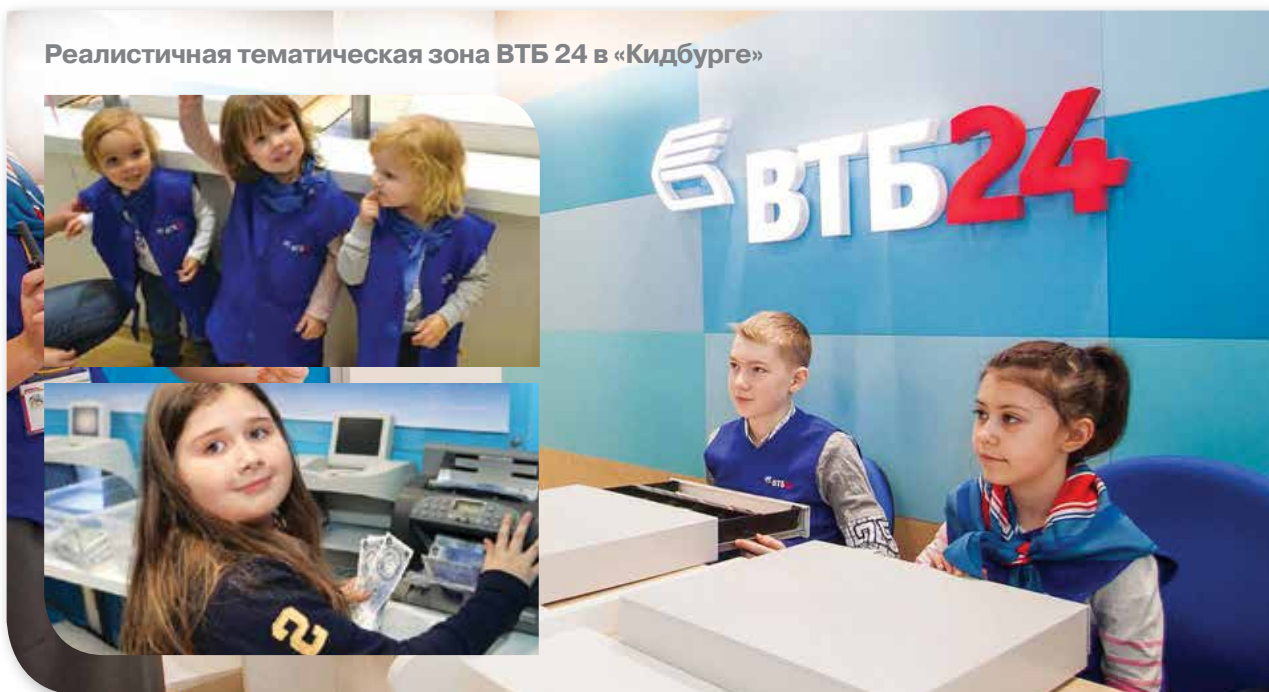
Ведущие российские банки – Альфа-банк и ВТБ 24 – уже реализовали так называемые проекты инклюзивного обучения финансовой грамотности.

Альфа-банк стал партнером семейного образовательно-развлекательного центра «Кидзания» в Москве. На территории детского парка была создана тематическая площадка, где в игровой форме детей и подростков обучают азам финансовой грамотности (понятие денег, банковских продуктов и процессов) и навыкам инкассации в детском отделении банка и денежном хранилище. Игровая инфраструктура максимально приближена к на-

стоящей. Атракцион ориентирован на детей от 4 лет, но допускаются дети от 0 в обязательном сопровождении взрослого.

Так, ВТБ 24 открыл несколько реалистичных банковских отделений в детских городках профессий «Кидбург», где обучение финансовой грамотности происходит также в формате игры. Атракцион ориентирован на детей от 1,5 до 14 лет.

Некоторые финансовые организации продвинулись гораздо дальше в развитии детского банкинга и реализуют детские бизнес-модели – детские отделения и детские банки (например, в США, Великобритании, Индии, Шри-Ланке), подразумевающие банковское обслуживание только детей. Такие подразделения нацелены, в первую очередь, на обучение азам финансовой грамотности и приучения к банковским продуктам детской аудитории в процессе обслуживания.



«ДЕТСКОЕ» БАНКОВСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ

Потенциальная аудитория: 6-18 лет



Британский банк HSBC обучает детей финансовой грамотности и управлению денежными средствами в рамках проекта SchoolBank.

По согласованию с родителями и учителями мини-отделение банка может открыться прямо в стенах школы. Сотрудниками SchoolBank являются школьники в возрасте от 7 лет. Чтобы стать

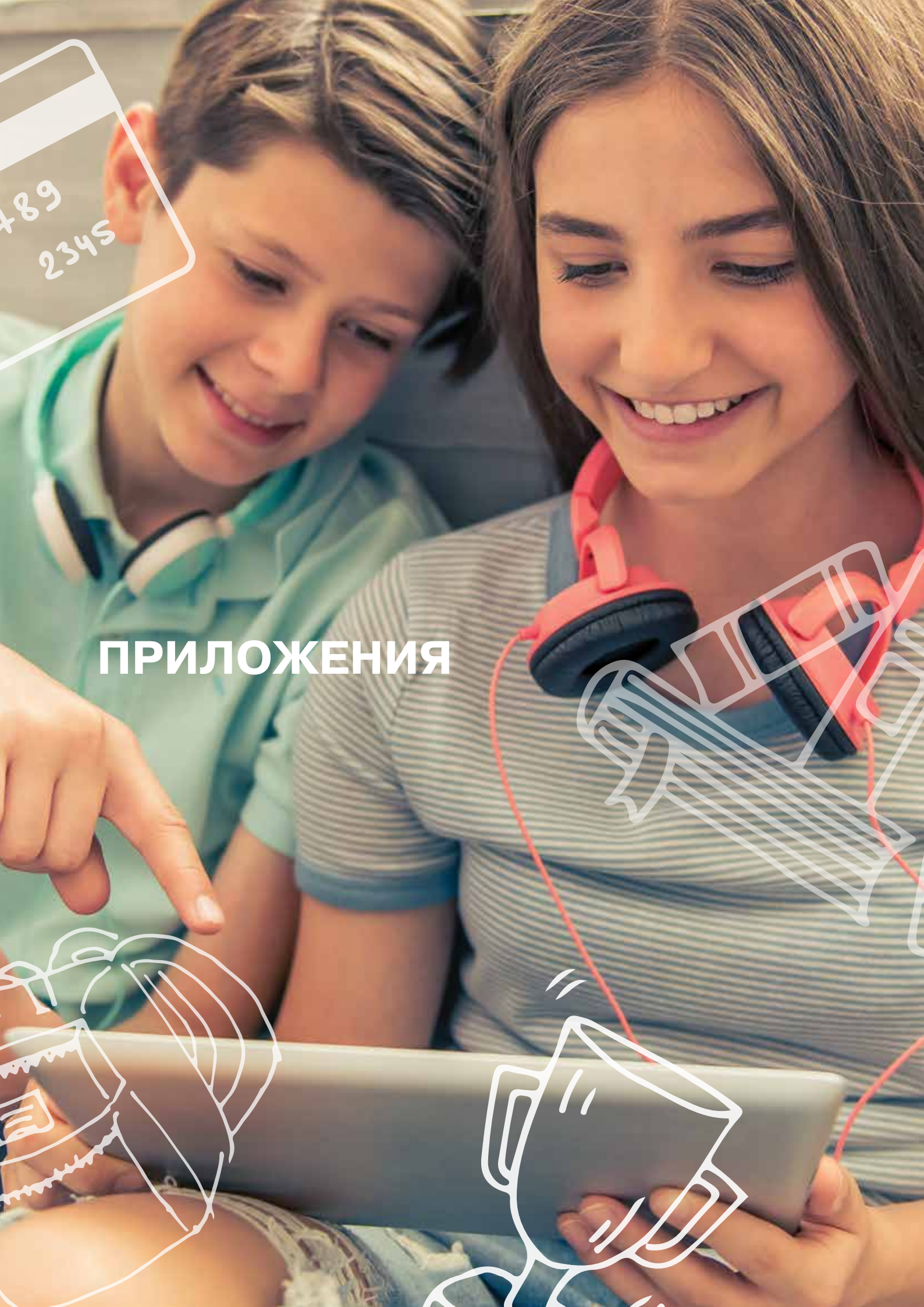
сотрудником, ребенок должен пройти собеседование с представителями HSBC, для детей доступны несколько рабочих должностей, среди них: кассир, консультант по продажам, администратор. Под руководством нескольких сотрудников банка прошедшие собеседование дети обучаются работе банковского персонала, далее они могут помогать разбираться в продуктах банка другим ученикам. В мини-офисе HSBC ученики могут открыть свой первый сберегательный счет, в подарок новым клиентам дарят копилку в виде сейфа. Работает SchoolBank, как правило, раз в неделю в обеденный перерыв.

Функционирующее детское банковское отделение от HSBC



+89
2345

ПРИЛОЖЕНИЯ



ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Основные направления обеспечения дополнительной защиты «детских» финансовых продуктов и услуг (обобщенная версия)

Финансовая организация	Страна	Краткое описание решения	Возможности для финансовой защиты
ФИНАНСОВЫЕ ПРОДУКТЫ С ОГРАНИЧЕНИЯМИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОТ БАНКОВ			
PKO Bank	Польша	Детский электронный расчетно-сберегательный счет с возможностью управления в детском Интернет-банке с элементами геймификации и социальной активности.	<ul style="list-style-type: none"> Ограничение максимальной суммы на счете Стимулирование пользования дистанционными каналами
PKO Bank	Польша	Предоплаченные дебетовые карты PKO Junior Mastercard с изображениями популярных мультипликационных персонажей Cartoon Network.	<ul style="list-style-type: none"> Продвижение направления детского банкинга Ограничение максимального объема средств, хранящихся на карте
АК Барс	РФ	Комплект «Карта школьника» (контактная и бесконтактная карты, смарт-браслет и карта для него) поддерживающий бесконтактную технологию.	<ul style="list-style-type: none"> Повышенная безопасность операций Повышение лояльности текущих клиентов
НС Банк	РФ	Дебетовая мультивалютная карта «Карта Юниора» с возможностью подключения овердрафта для детей от 10 до 18 лет.	<ul style="list-style-type: none"> Упрощение процесса доступа к детским продуктам Повышенная безопасность транзакций
БИНБАНК	РФ	Доходная дебетовая карта «Юниор» для детей от 6 до 17 лет для платежей и снятия наличных денежных средств в банкоматах.	<ul style="list-style-type: none"> Повышенная безопасность транзакций Упрощение процесса доступа к детским продуктам
ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ			
Компания WordPay	Великобритания	Использование геометрии лица WordPay для дополнительной идентификации пользователей при оплате на POS-терминале	<ul style="list-style-type: none"> Повышение безопасности операций Увеличение скорости обслуживания клиентов
Провайдер финансовых решений Zwiipe	Норвегия	Дебетовая биометрическая карта Zwiipe , оснащенная дактилоскопическим датчиком.	<ul style="list-style-type: none"> Повышение безопасности безналичных операций Снижение уровня мошенничества

Финансовая организация	Страна	Краткое описание решения	Возможности для финансовой защиты
Mastercard Провайдер мобильных решений Syniverse	США	Мобильное приложение Mastercard и Syniverse , позволяющее контролировать местонахождение банковской карты по расположению смартфона владельца с помощью геолокации.	<ul style="list-style-type: none"> Отслеживание местоположения держателей банковских карт Повышенная безопасность транзакций

ПРОДУКТЫ С ИНТЕГРАЦИЕЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ СРЕДСТВ

Инстабанк Mastercard Start Path	РФ	Мобильное приложение UPUP для дистанционного управления тратами ребенка	<ul style="list-style-type: none"> Родительский контроль за операциями детей Обучения финансовой грамотности ребенка
Электронный кошелек Virtual Piggy	США	Детский мультисервисный электронный кошелек Virtual Piggy с доступом к определенному числу ТСП-партнеров.	<ul style="list-style-type: none"> Контроль безналичных операций Формирование списков доступных ТСП для детей

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕТСКИХ ПРОДУКТОВ, УДЛИНЯЮЩИХ КЛИЕНТСКИЙ ЦИКЛ В БАНКЕ

People's Bank	Шри-Ланка	Два сберегательных продукта: Isuru Udana – от 0 до 5 лет и Sisu Udana – от 5 до 18 лет может быть преобразован из Isuru Udana по достижению ребенком 5 лет.	<ul style="list-style-type: none"> Удлинение клиентского детского цикла в банке Повышенная безопасность транзакций
ICBC	Китай	Семейные дебетовые карты Baby Growth Card China UnionPay , позволяющие осуществлять платежи, переводы и накопления.	<ul style="list-style-type: none"> Упрощение осуществления онлайн-платежей Повышенная безопасность транзакций

ФИНАНСОВЫЕ СЕРВИСЫ

Финтех проект Virtual Piggy	США	Сервис Virtual Piggy , предоставляющий родителям возможность в игровой форме обучать детей управлению финансами.	<ul style="list-style-type: none"> Повышение уровня финансовых знаний Обучения финансовой грамотности ребенка
Финтех проект Osper	Великобритания	Мобильное приложение Osper дает возможность несовершеннолетним пользователям предоплаченной карты управлять продуктом посредством смартфона.	<ul style="list-style-type: none"> Стимулирование использования дистанционными каналами Повышение уровня финансовой грамотности

Финансовая организация	Страна	Краткое описание решения	Возможности для финансовой защиты
ASB Bank	Новая Зеландия	Цифровая безналичная копилка Clever Kash в виде желтого слоненка с цифровым экраном на животе, отображающим баланс сбережений ребенка.	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулирование пользования безналичными продуктами банка • Вовлечение детей в обсуждение финансовых вопросов
Сбербанк	РФ	Сервис «Ладочки» , реализуемый в рамках проекта «Школа будущего», позволяет оплачивать обеды в школьной столовой с помощью биометрии.	<ul style="list-style-type: none"> • Упрощение идентификации пользователей • Снижение риска мошенничества
PKO Bank Polski	Польша	Многофункциональный геймифицированный Интернет-банк PKO Junior для детей младше 13 лет с возможностями денежных переводов, платежей и совершения накоплений от PKO Bank Polski.	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение новых клиентов в банк • Упрощение процесса доступа к дистанционным продуктам банка
Tapingo	США	Мобильное приложение Tapingo , с помощью которого студенты университета Южной Калифорнии могут оплачивать свои обеды.	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулирование пользования дистанционными каналами • Привлечение новых клиентов

ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Common Wealth Bank	Австралия	Онлайн-портал обучения финансовой грамотности для детей The Beanstalk , разработанный Банком, предлагает статьи и видеоматериалы по обучению.	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение молодежи в банк • Повышение уровня финансовых знаний
HSBC Bank	Великобритания	Проект SchoolBank представляет собой мини-отделения банка, открытые в зданиях британских школ. Сотрудниками SchoolBank являются школьники.	<ul style="list-style-type: none"> • Вовлечение детей в обсуждение финансовых вопросов • Повышение лояльности клиентов

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОРМАТА ОБУЧАЮЩИХ ЗАНЯТИЙ

Хоум Кредит Банк	РФ	Специалисты банка разработали деловую игру «Полезные деньги» для повышения финансовой грамотности детей.	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение уровня финансовых знаний • Привлечение новых клиентов
------------------	----	---	--

Финансовая организация	Страна	Краткое описание решения	Возможности для финансовой защиты
Альфа-Банк	РФ	Банк проводит выездные семинары в школах , колледжах и вузах на различные финансовые темы .	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение молодежи в банк • Повышение уровня финансовых знаний
РЕАЛИСТИЧНЫЕ ИГРОВЫЕ БАНКОВСКИЕ ЗОНЫ			
Альфа-Банк	РФ	Банк создал тематическую площадку , где в игровой форме детей и подростков обучают азам финансовой грамотности (понятие денег, банковских продуктов и процессов).	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение уровня финансовых знаний • Привлечение клиентов в банк
ВТБ24	РФ	ВТБ 24 открыл несколько реалистичных банковских отделений в детских городках профессий «Кидбург» .	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение финансовой грамотности детей и подростков • Повышение лояльности и удовлетворенности

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Традиционные и инновационные игроки

Рыночные участники	Возможности	Риски
КЛАССИЧЕСКИЕ БАНКИ		
<ul style="list-style-type: none"> • Классические локальные и международные банки (CitiBank, США; Bradesco, Бразилия) • Финансово-кредитные структуры, наличие которых обусловлено национальной спецификой (кредитные союзы в США, почтовые банки в Италии, Японии) 	<ul style="list-style-type: none"> • Сильные позиции в сегментах взыскательных и консервативных клиентов • Наличие собственной платежной инфраструктуры (банкоматы, терминалы и др.) • Возможность получения дополнительной прибыли за счет предложения широкого спектра финансовых сервисов (депозитов, инвестиционных программ и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокие операционные издержки при сохранении традиционного формата банкинга с сетями отделений • Высокая конкуренция в unbanked и underbanked-сегментах

Рыночные участники

Возможности

Риски

ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ

- | | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Международные платежные системы (Mastercard, Visa, American Express) • Электронные международные платежные системы (PayPal, США) • Универсальные локальные платежные системы (Qivi, РФ) | <ul style="list-style-type: none"> • Низкие операционные издержки, обусловленные онлайн бизнес-моделью • Использование банковской инфраструктуры в разных масштабах • Возможность работы как в консервативных сегментах, так и в unbanked и underbanked-сегментах | <ul style="list-style-type: none"> • Высокие политические и юридические риски • Потенциальная ограниченность продуктового предложения |
|---|--|---|

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЕ БАНКИ

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Проекты in-store банкинга¹⁴ с крупными сетевыми ритейлерами и телекомами – обладателями сегментированных клиентских баз (Walmart, США; Tesco, Великобритания) | <ul style="list-style-type: none"> • Глубокое понимание потребностей целевой аудитории • Собственная точечная инфраструктура • Одновременное получение прибыли от банковского и розничного бизнесов • Возможность работы в unbanked и underbanked-сегментах | <ul style="list-style-type: none"> • Высокие операционные издержки для традиционного формата банкинга • Затрудненное привлечение новых пользователей, не являющихся клиентами базового розничного бизнеса |
|--|---|---|

ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ КОМПАНИИ

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Интернет-корпорации (социальные сети, поисковые сервисы, сетевые игры) • Финансово-технические стартапы, предлагающие уникальные технологические решения для кредитных карт в формате онлайн банкинга | <ul style="list-style-type: none"> • Предложение новых доступных технологичных кредитно-карточных решений • Широкий охват unbanked и underbanked сегментов • Низкие операционные издержки, обусловленной онлайн бизнес-моделью | <ul style="list-style-type: none"> • Необходимость развитой банковской инфраструктуры вплоть до глобального масштаба • Недоверие консервативных и взыскательных клиентских сегментов • Высокие юридические риски |
|--|---|---|

¹⁴ In-store банкинг – формат розничного банкинга, когда торгово-сервисные предприятия на базе имеющихся клиентских данных и точек продаж предлагают текущим клиентам банковские услуги под собственным брендом

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ

ОТРАСЛЕВЫЕ ПОРТАЛЫ:

- Банки.ру (<http://www.banki.ru/>)
- Банкир.ру (<http://bankir.ru/>)
- Журнал «Плюс» (<http://www.plusworld.ru/>)
- Payscale magazine (<http://psm7.com/>)
- Finextra Research (<https://www.finextra.com/>)
- Futurebanking (<http://futurebanking.ru/>)
- SmartPayments (<http://www.smart-payments.info/>)
- Finmedia.ru (<http://www.finmedia.ru/index.php>)
- Finovate Blog (<http://finovate.com/blog/>)
- Интернет-портал Ассоциации российских банков (<http://arb.ru/>)
- Pymnts.com (<http://www.pymnts.com/>)
- Usnews.com (<http://www.usnews.com/>)
- Penki (<http://www.penki.lt/>)
- MoneyNews (<http://moneynews.ru/>)
- GPS-Club.ru (<http://gps-club.ru/>)
- Child & Youth Finance International (<http://www.childfinanceinternational.org/>)
- NFCWorld (<http://www.nfcworld.com/>)
- Эксперт Online (<http://expert.ru/about/online/>)
- Biometrics.ru (<http://www.biometrics.ru/>)
- Roomian.org (<http://www.roomian.org/>)
- Pymnts.com (<http://www.pymnts.com/>)
- Techcrunch.com (<http://techcrunch.com/>)
- TheBanker.com (<http://www.thebanker.com/>)
- VisibleBanking.com (<http://www.visiblebanking.com/>)
- TheFinancialBrand.com (<http://thefinancialbrand.com/>)
- MicroFinanceGateway.com (<http://www.microfinancegateway.org/>)

ЭЛЕКТРОННЫЕ СМИ:

- Ведомости (<http://www.vedomosti.ru/>)
- РосБизнесКонсалтинг (<http://www.rbc.ru/>)
- Интерфакс (<http://www.interfax.ru/>)
- Коммерсант.ру (<http://kommersant.ru/>)
- Известия.РФ (<http://izvestia.ru/>)
- Утро.Деньги (<http://dengi.utro.ru/>)
- Газета.ру (<http://www.gazeta.ru/>)
- Reuters (<http://www.reuters.com/>)
- Информационное агентство Синьхуа (<http://russian.news.cn/>)

НАЦИОНАЛЬНЫЕ РЕГУЛЯТОРЫ:

- Всемирный банк (<http://www.worldbank.org/>)
- ЦБ РФ (<http://www.cbr.ru/>)
- Банк Канады (<http://www.bankofcanada.ca/>)
- Банк Англии (<http://www.bankofengland.co.uk/>)
- Национальный банк Польши (<http://www.nbp.pl/>)
- Народный Банк Китая (<http://www.pbc.gov.cn/>)
- Резервный Банк Новой Зеландии (<http://www.rbnz.govt.nz/>)
- Резервный Банк Австралии (<http://www.rba.gov.au/>)
- ЦРУ, США (Fact Book) (<https://www.cia.gov/index.html>)

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ:

- Сбербанк России (<http://www.sberbank.ru/ru/person>)
- ВТБ24 (<http://www.vtb24.ru/personal/Pages/default.aspx>)
- Альфа-Банк (<https://alfabank.ru/>)
- Хоум Кредит Банк (<http://www.homecredit.ru/>)
- БИНБАНК (<https://www.binbank.ru/>)
- АК Барс (<https://www.akbars.ru/>)
- НС Банк (<https://nsbank.ru/>)
- Инстабанк (<https://instabank.ru/>)
- Польский Банк PKO Bank (<http://www.pkobp.pl/>)
- Кипрский Банк Hellenic Bank (<https://www.hellenicbank.com/>)
- Шри-ланкийский People's Bank (<http://www.peoplesbank.lk/>)
- Китайский Банк ICBC (<http://www.icbc.com.cn/ICBC/sy/default.html>)
- Новозеландский ASB Bank (<https://www.asb.co.nz/>)
- Австралийский Банк Commonwealth Bank (<https://www.commbank.com.au/>)
- Британский Банк HSBC Bank (<http://www.hsbc.com/>)

ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ:

- Платёжная система Mastercard (<http://www.mastercard.com/>)
- Платёжная система Visa (<https://usa.visa.com/>)
- Платёжная система China UnionPay (<http://en.unionpay.com/>)
- Платёжная система Мир (<http://www.nspk.ru/>)

ДРУГИЕ ФИНАНСОВЫЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КОМПАНИИ:

- Международная программа Mastercard Start Path (<https://www.startpath.com/>)
- Компания WorldPay (<http://www.worldpay.com/>)
- Провайдер финансовых решений Zwipe (<https://zwipe.com/>)
- Провайдер мобильных решений Syniverse (<https://www.syniverse.com/>)
- Электронный кошелек Virtual Piggy (<https://www.oink.com/>)
- Финансово-технический проект Osper (<https://osper.com/>)

ДЕТИ И ФИНАНСЫ 2.0
БЕЗОПАСНОСТЬ СБЕРЕЖЕНИЙ И РАСЧЕТОВ

Руководитель проекта: Антонян С.С.

Авторы: Имаева Г.Р.

Аймалетдинов Т.А.

Баймуратова Л.Р.

Шарова О.А.

Партнеры: Mastercard

БИННБАНК

НП РТС

СУФИ

Оформление: Дряхлова Н.Н.

Подписано в печать: 27.03.2017.

Формат 60x84/8. Гарнитура PragmaticaСТП.

Печать офсетная. Усл. печ. л. 8,37.

Тираж: 1000 экз.

Издательство НАФИ

115054, г. Москва, ул. Дубининская, 57, стр. 1

Типография «Печатный дом»

127238, г. Москва, ул. Прянишникова, 19а, стр. 4



2+2

