

# 金融教育有效性评估经验、框架及借鉴

马运全

(中国人民银行阿克苏地区中心支行,新疆阿克苏 843000)

**摘要:**金融教育是促进消费者有效和安全使用金融服务,增进消费者福利的有效手段。通过金融知识的传播和普及,可以改变受教育者的态度和行为,使其掌握一定技巧,正确评估自己的风险承受能力,选择合适的金融产品实现个人财富的保值增值。考察金融教育是否有效,需要一套科学的评估体系,并根据评估结果改进金融教育的方法。当前,金融行业尚未建立起普遍适用的权威性评估指标和体系。我国的金融教育从方式和手段上都需加以提升。应认真开展研究,加强顶层设计,建立有针对性的金融教育评估标准和反馈机制,开展针对性强的教育宣传活动,提升金融教育的有效性。

**关键词:**金融教育;金融知识;金融行为;金融消费决策;评估体系;

**中图分类号:** F832.2      **文献标识码:** A      **文章编号:** 2095-0098(2017)05-0071-06

金融教育,被广泛认为是促进消费者有效和安全使用金融服务,增进消费者福利的有效手段(格林斯潘 2002)。金融教育不但能有效提高消费者福利,还可以降低监管成本,维护金融市场秩序,其重要性不仅体现在家庭的经济福利,也体现在金融系统的健康稳定中(伯南克 2011)<sup>[1]</sup>。因此,发达国家均将金融知识扫盲列为国家战略,比如 2003 年美国颁布《金融扫盲与教育促进法案》,将金融教育纳入国民教育系列。一些州也加强地方立法,制定了 12 年学校教育系列必须包括金融知识教育的规定,且学生们以的学分记录作为将来贷款的必备考察因素。美联储和个别地区储备银行重视中小学金融教育,经常开展普及金融知识宣传活动,注重宣传教育题材的趣味性、针对性,着力提升金融教育的有效性。

总体来看,金融知识教育的手段多种多样,可以通过课堂教学、自学、浏览网站、互动游戏或者主动咨询来获取知识,不同方式在内容、受众群体和方法上差异较大,但目标都是增进消费者对金融知识的理解。从经济学角度来看,金融教育具有公共产品属性,要想考察金融教育是否有效,需要一套科学的评估体系,对实际情况评估以后,才可以对现行教育方式和手段加以改进。研究金融教育的有效性对金融教育的深化具有重要意义(Martin 2007)。

## 一、评估金融教育效果应考察的因素

设计一套科学的金融教育评估标准,必须深入研究金融教育本身的特性、教育传导的机制及其发展逻辑。从教育规律来看,金融教育通过知识的传播,改善消费者知识结构,引导金融消费倾向,促使消费者做出正确的决策,实现自身资产配置收益最大化。

### (一) 金融知识的掌握程度

OECD 认为,广义上,一个金融知识完备、受过良好金融教育的人相比普通人,能够较好地把握经济金融发展趋势,更好地识别金融风险,并以此做出消费决策。狭义上,就是做好本人储蓄、保险、股权投资、信托等各类资产匹配,争取风险最低、收益最大。高素质的金融消费者应兼具以下三方面特点:第一,了解管理资金和财产,进行投资、储蓄、信贷、保险的知识;第二,具备管理资金和财产的理念;第三,能够筹划、执行和评估

收稿日期:2017-04-23

作者简介:马运全(1978-),男,山东枣庄人,经济学博士,高级经济师,主要从事金融管制方面的研究。

自己的金融消费决策。

目前,国际上对金融知识掌握程度的调查已经较为成熟。以美国金融教育调查机构 Jumpstart 为例,该机构每两年开展一次金融知识调查,并公开调查结果。其最近的一次调查为 2012 年,调查对象分为四类,分别为:成人、高校在校生、青少年和家庭。以其 2008 年在校生的调查为例,其调查内容涵盖了个人及家庭状况、收入来源、储蓄、投资、消费、保险、纳税以及信用状况维护等内容<sup>[2]</sup>。

## (二) 金融消费决策

直至目前,国际上尚没有专门针对居民金融决策的调查数据。当然,即便存在详细的居民金融决策调查数据,也很难判断其金融决策是否“正确”。金融决策的复杂性在于,其决策不但取决于金融知识,还取决于收入、收入增长幅度、家庭资产、社保完善度、家庭成员组成、税收、金融工具风险、信息对称程度等大量其他因素,因此,评估金融决策的正确与否是非常困难的。有鉴于此,经济学家使用非常规的手段来评估金融决策的合理性,认为实现其福利最大化的决策为正确决策,或者说分析金融消费行为的相对变化来评估其福利程度的变化。

## (三) 金融知识与金融消费决策之间的关系

很多官方和非官方的金融教育计划,都基于一种前提,即消费者金融知识了解得越多,做出正确消费政策的几率越大,从消费决策中获得收益也就越大,也就是说开展金融教育达到预期目的,实现了“有效性教育”。因此,评价一种教育体系的作用和效果需要一个客观的标准来衡量,那么消费者消费决策的最终结果可以体现教育成效,在这当中,金融知识就是联系金融教育工具和消费者决策行为的中间变量。

美联储 2003 年的调查发现<sup>[3]</sup>,金融知识与行为在四个领域内存在较强关联,分别为:现金流管理、信用管理、储蓄和投资。另外密歇根大学消费者调查中,分别就金融知识和金融行为进行调查发现,金融知识与行为存在很强的关联性。例如,美国费城联邦储备银行设立“财务成功之钥”的专门金融教育课程,选择一批有代表性的消费者进行授课,并评估这一群体接受教育后的最终成果。这门课聘请专业教师授课,总计 30 个小时。与此同时,找个一个基本状况相同的对照群体,在授课前和授课后设计了 50 个考题,考试结果反映,参加培训的消费者相比对照群体,个人理财能力有非常显著的提高。

因此,考察金融教育是否取得最终成果,根本的参考依据是对消费者知识结构改变多少,消费者决策水平是否得到提高,有效性评估必须通过金融知识这个中间变量考察消费者获得此金融知识以后对于自己消费决策的影响程度和最终效果。

# 二、金融教育评估体系的建构

## (一) 基本思路和框架

考察教育发展的一般规律,要评估某项教育是否取得明显成效,必须运用调查和统计学手段来综合评估。金融教育也是如此,即运用统计学和计量经济学的工具通过样本的分析研究,综合判断出金融知识的增加对金融消费者决策是否起到了较为明显的促进作用。从当前理论发展来看,金融行业尚未建立起普遍适用的权威性评估指标和体系。2006 年,OECD 在一份工作报告中指出<sup>[4]</sup>,1995 年以来在可收集到 24 次关于评估金融教育有效性的调查来看,大部分评估调查均是由非政府机构操作,在评估标准、项目和方法上存在较大差异,但总结起来这些评估也有共同点,即先做好概念界定,对于一些评估项目、指标明确其实际内涵,然后开始分析样本对象的金融知识掌握情况,设计这些问题坚持可行性和操作性的原则,充分考虑评估目的、对象等因素,设计一段较长的考察期间,根据预先设定的评估内容对同一群体在金融教育前后表现出来的金融消费行为进行统计分析。例如,NEFE 设计了对高中学生的金融教育方案,样本涉及 200 余万学生。2004 年,NEFE 选择了 483 名教师和 5329 名学生,开展了为期三个月的金融知识培训,而后启动教育有效性评估跟踪<sup>[5]</sup>。这项调查评估重点关注了受教育者可以接受的金融知识内容,充分考察他们掌握知识的能力和水平,在此基础上,跟踪分析了这些金融知识给这一群体金融消费行为带来的实质性变化和影响,教育前后两组数据的变化可以分析出金融教育到底起到多大作用,是否达到了有效性。最终的结果显示:金融知识掌握得越多,越能提高被观察者的金融决策水平,其资产配置和管理能力显著发生变化,其中在管理消费支

出方面,53%的人水平明显提升;在储蓄方面,60%的人更加理性、科学;在管理自身资产的信心方面,78%的人表示极大地增强了。

## (二) 评估框架的细节设计

由于调查的类型众多,本文只选择有代表性的调查方法来进行详细的解剖,以 Jumpstart 在 2001 年至 2004 年对其大学金融教育有效性的调查为例分析评估框架的细节设计<sup>[6]</sup>。

1. 数据的搜集原则和范围。评估金融教育的有效性,必须首先明确所针对的范围,比如是针对某一项教育计划抑或是某一特定群体。样本应确保可行性、可比性。Jumpstart 确定将选修大学金融教育课程的毕业生在金融行为方面的变化作为主要内容。调查组在 2001 年至 2004 年随机选取 500 位具有独立收入的大学生发放了调查问卷,选择大学生的原因是其教育水平和背景相近,可以剔除一部分干扰因素。回收有效问卷 79 份,涉及 79 位毕业生中,其中 39 位选修了金融教育课程,其他 40 位没有参加过金融教育(见表 1)。

表 1 调查样本情况

年份	参加金融教育	未参加金融教育	总数
2001	19	14	33
2002	3	3	6
2003	4	1	5
2004	13	22	35
总数	39	40	79

2. 调查手段。OECD 的统计显示,问卷调查是目前评估金融教育的基本手段。随着互联网的蓬勃发展,问卷调查已走出单一面对面的现场方式,更多地运用互联网工具,很多金融教育方面的调查利用手机移动问卷和网络问卷等方式,极大地提高效率,同时一些网络数据分析技术也极大地提高了问卷分析的快捷性和质量。但是,总体上看,调查对象参与程度较低,问卷回收情况均不乐观,平均回收率不到 20%。2007 年阿拉巴马州教育基金会的调查问卷回收率甚至不到 10%。为提高问卷回收率,Jumpstart 调查组为每一位参加调查的大学生提供 25 美元的补助,但四年也仅仅收回有效调查问卷 79 份,回收率 19.75%。

3. 调查内容的设计。问卷包括 49 个问题,三大部分,第一部分是借用 Jumpstart 的金融知识测试问卷,评测金融知识的认知程度。第二部分,主要是金融消费行为。第三部分是个人状况,包括是否接受过金融教育及金融教育的内容。内容设计上,基本涵盖了金融教育有效性评估的两大要素,即金融知识结构和对金融消费行为的影响程度。调查组利用先进的统计方法分析了金融知识与金融消费决策的关联度,区分了参加金融教育和未参加金融教育人群的金融消费行为差异。

(1) 金融知识测试。调查结果显示,大学生金融知识水平较之 Jumpstart 对普通民众调查的平均水平明显要高。但与是否受过金融专题教育关联性不大。测试平均分数如下(见表 2):

表 2 金融知识测试结果

测试项目	参加金融教育	未参加金融教育
本次调查	68.7	69.9
2000 年 Jumpstart 调查结果	51.4	52
2002 年 Jumpstart 调查结果	48.2	50.5
2004 年 Jumpstart 调查结果	53.5	52.0
2006 年 Jumpstart 调查结果	51.6	52.5
2008 年 Jumpstart 调查结果	47.5	48.5

(2) 对个人消费与储蓄态度的调查。调查结果显示,参加过金融教育的被调查者更倾向于节俭。利用皮尔逊  $\chi^2$  检验(chi-square test)或卡方检验测算,其  $\chi^2$  系数只有 0.821,显示两个群体的差别不大。可见,对大学生来讲,个人消费储蓄态度与金融教育关联性不强(见表 3)。

表 3 金融教育与消费态度关系

态度	参加金融教育	未参加金融教育	金融知识测试得分
非常节俭	28.2%	20.0%	66.1
有点节俭	28.2%	40.0%	75.1
中立	12.8%	12.5%	61.4
有点消费为主	20.5%	20.0%	66.4
完全消费为主	10.3%	7.5%	73.9

(3) 金融教育对金融行为的影响。调查组利用方差分析(anova)法分析了金融教育和金融消费行为之间的关系(见表4)。从调查结果看,接受过金融教育的人群相对金融行为更加合理,管理信用卡和支票账户的方式更符合现代金融运行的规律。如果每一项都赋值为1,总体上看,受过金融教育的人群得分较高,但二者的P值为0.771,有一定差距,但差距并不明显,这也应与被调查者为大学生有关。

表 4 金融教育与金融行为关系

金融消费行为	参加金融教育	未参加金融教育	整体情况	P 值
总是全额偿还信用卡透支额	53.8%	60.0%	57.0%	0.581
从不延迟支付信用卡还款	71.8%	67.5%	69.6%	0.678
从未发生过支票退票	64.7%	73.7%	69.4%	0.409
每周查看银行账户余额	46.2%	32.5%	39.2%	0.214
自己支付收入税	33.3%	35.0%	34.2%	0.876
储蓄投资足够满足需要	43.6%	55.0%	49.4%	0.311
从不担心债务	25.6%	25.0%	25.3%	0.948
以上7项平均值	3.62	3.47	3.54	0.771

### 三、我国金融教育发展现状评价

金融与人们的关系越来越密切,金融消费已成为人们日常生活中不可或缺的内容。消费者享受到了越来越多金融服务的益处,但金融争议纠纷也水涨船高,消费者不能正确识别金融诈骗,不能理性投资以致于参与非法集资等现象并不鲜见,给金融稳定和社会和谐带来很大影响。国际金融危机爆发以来,保护金融消费者合法权益已成为国际金融监管改革的重要内容。一些国家和地区相继成立专门监管机构,把金融教育作为维护金融消费者权益的重要举措。近年来,中国人民银行、银监会、证监会、保监会等部门借鉴国际金融监管改革经验,大力推进金融消费权益保护工作,在金融消费者投诉咨询处理、金融知识普及等方面做了大量工作。但近年来金融纠纷、金融诈骗、电信诈骗等案件日益增多的趋势,显示出金融教育工作任重道远,教育有效性方面还需实践检验。主要有以下几方面的问题:

#### (一) 顶层设计不够,未建立长效机制

金融教育涉及社会方方面面。从金融体系来看,没有专门部门负责金融教育工作,各监管部门仅仅在其职责范围内开展有限的工作,但金融教育从来都不是这些部门的重点,在其整体工作中分量很小。从既有的金融教育普及实践来看,各类金融教育力量分散<sup>[7]</sup>,内容和形式单一固化,缺乏整体统筹规划,活动的实施、方案以及活动有效性评估等不能协调互动,形不成金融教育整体合力。目前金融机构为主体的消费者教育活动,往往只按照监管部门要求集中开展阶段性、突击性宣传,教育普及方案粗糙,制定战略规划等工作鲜有涉及。从教育资源配置来看,金融教育并没有纳入国家教育规划,除经济学专业领域外,广大学生较少接触金融教育,必修课甚至选修课也不设置金融方面的教育内容,近年来校园里频繁发生裸贷、误陷金融诈骗、电信诈骗等现象,应该说与金融教育缺失有很大关系。

## (二) 理念落后,内容单一无差异

从实际情况来看,目前金融消费者教育的方法仍然停留在初级阶段<sup>[8]</sup>,宣传手段和方式雷同,缺乏针对性和创新,如上街发宣传资料、悬挂宣传标语、现场答疑解惑等等形式,不仅受众面有限,效果也不好。在教育理念上,往往采取填鸭式宣讲,强迫式灌输,没有指定详细的方案,缺乏消费者共鸣,对外沟通互动机制不畅,很多措施都是应景之作。在内容上,千篇一律,没有考虑不同层次、年龄阶段的消费者的金融知识需求,金融教育资料主要由各金融机构自行印制,许多资料均系自身业务,在宣传导向上,推荐自身金融产品力度有余甚至成为主要宣传任务,并不能根据不同消费者的年龄结构、职业和文化程度等因素因人而异的制作类型多样的宣传资料和多样化的宣传媒介载体。

## (三) 尚未建立金融教育效果评估机制

金融教育旨在通过金融知识的传播和普及,改变受教育者的态度和行为,使其掌握一定技巧,正确评估自己的风险承受能力,选择合适的金融产品实现个人财富的保值增值。金融消费者教育的最优效果,从微观上来说,是要让消费者自身的风险水平与所选择的金融产品相匹配;从宏观上讲,能够对金融运行做出科学的预判,促进金融消费行为符合宏观调控方向,最大限度地发挥金融教育本身带来的正面效应。要提高有效程度,则需要设定科学评估标准,建立完善的评估体系,最大限度地集约金融教育资源,形成金融教育合力。目前,有关部门还没有全面认识金融教育的重要性,对于其传播途径和效果欠缺认识,遑论建立科学的教育评估体系。在有关部门开展的有限评估中,大部分重在一些显性统计数字,如举办专题教育次数、现场咨询人数、投入宣传人次和资金等等,对于消费者对教育的态度、接受程度,缺乏跟踪调查和全面的分析研究,对消费者金融素养提高、金融消费习惯形成等更无从考察。

# 四、提升金融教育有效性相关建议

## (一) 加强顶层设计,指定金融教育中长期规划

研究表明,金融教育可以提高公众对金融知识的掌握程度,改进金融消费选择,提高公众整体福利水平。随着金融业发展的日新月异,新的金融产品和服务会不断涌现,公众金融知识需求也会更加旺盛。作为一种公共产品,金融教育需要政府部门、金融机构等各方面力量共同参与,才能满足人们日益增长的需要,从而提高整个国民金融素养,助推金融行业健康发展。因此,建议加快顶层设计步伐,制定金融教育国家发展规划,明确金融教育相关部门职责,进一步细化金融教育中短期发展目标和任务分解,规定金融教育具体实施步骤、短期目标、工作要求等,更为重要的是要将金融知识教育纳入国民教育体系<sup>[9]</sup>,在中小学以及大学生课程设置中适当增加金融知识的内容,通过从小抓起来实现国民金融素养的稳步提高。此外,借鉴有关国家经验,成立专门的国家层面的金融知识教育协调机构,指定有关部门建设专门的金融教育网站,面向社会公众采取多用渠道加大金融知识普及教育,全面提高全社会对金融教育的重视程度。

## (二) 认真开展研究,建立有针对性的金融教育评估标准

可以借鉴 Jumpstart 所作的金融知识测试方式,逐步建立起符合国情的金融教育评估指标,如每隔两年组织全国范围的金融教育成效调查。在调查评估中,一方面要运用统计学工具,科学选择样本,划分不同的研究对象,开展广泛的、普遍式的评估调查。其次,设计一组特定的金融教育方案或短期项目,可以选择不同的对照组,进行试点性的效果评估。对同一群体教育前后以及不同群体金融消费行为进行跟踪研究分析,综合判断金融教育在消费者决策中就近个发挥了怎样的作用,为下一步改进金融提供实践支持,也积累评估经验,进而能够整合成符合国情金融教育有效性评估体系。

## (三) 重视跟踪评估价值,建立金融教育反馈机制

要加强对金融市场的观察,及时了解消费者在金融消费中的行为趋向变化,倾听消费者声音,获取消费者对金融教育效果的反馈信息。对于一些特殊金融教育项目,选择特定群体后,要集中优势教育资源进行培训,并跟踪这类群体的金融交易行为。对于监管部门和金融机构来说,可以充分挖掘消费者投诉咨询反映出来的信息,弄清背后的实际原因,并从消费者反馈中分析本系统开展教育工作的科学性。负责金融教育的主管部门应组织力量加强跟踪研究,通过定期素养调查,全面分析公众金融素养和决策行为变化受金融教育的

影响程度,并根据对消费者定期调查评估的情况,设计新的教育方案,查漏补缺,节约和优化教育资源,尽量满足消费者实际的教育需求,推动金融教育资源利用效率最大化。

#### (四) 积极开展针对性强的教育宣传活动

要在调查研究的基础上,弄清楚不同层面、年龄结构的消费者金融知识掌握情况以及他们所关注的金融热点知识,充分考虑性别、年龄、职业、地域等因素,制定精准的教育计划与传播策略,编制针对性强的学习资料,选择合适的能够充分传达信息的传播途径和方法,全面提升金融教育的有效性。

#### 参考文献:

- [1]杨岚,郭琳劼,王常亮.伯南克:金融扫盲月、金融素养与金融教育[J].西部金融,2011(6):16-18.
- [2]姚文平.互联网金融——即将到来的新金融时代[M].北京:中信出版社,2014.
- [3]Financial Literacy and Education Commission. Why and How: Background Report Developing the 2011 National Strategy [EB/OL]. <https://www.treasury.gov/resource-center/financial-education/Pages/commission-index.aspx> 2017-04-15.
- [4]OECD. Improving financial education effectiveness through behavioural economics: OECD Key findings and way forward [EB/OL]. [http://www1.oecd.org/daf/fin/financial-education/TrustFund2013\\_OECDImproving\\_Fin\\_Ed\\_effectiveness\\_through\\_Behavioural\\_Economics.pdf](http://www1.oecd.org/daf/fin/financial-education/TrustFund2013_OECDImproving_Fin_Ed_effectiveness_through_Behavioural_Economics.pdf) 2017-04-15.
- [5]张丽.美国金融教育有效性评估及启示[N].金融时报,2014-04-14(12).
- [6]WG Gale, R Levine. Financial literacy: What works? How Could It be more effective? [J]. Ssrn Electronic Journal, 2011(8):57-59.
- [7]张轲.完善我国金融消费者教育体系的研究与思考[J].金融发展评论,2011(8):150-158.
- [8]李霞.构建我国金融消费者教育体系的路径探析[J].财经界(学术版),2014(23):9-10.
- [9]王璐.完善金融消费者教育体系的路径[N].金融时报,2015-01-26(11).

## The Experience Framework and Reference of the Validity Assessment of Financial Education

MA Yunquan

(The Aksu Central Branch of the People's Bank of China, Aksu, Xinjiang 843000, China)

**Abstract:** Financial education is an effective means to promote consumers' effective and safe use of financial services and enhance consumer welfare. Through the spread and popularization of financial knowledge, it can change the attitude and behavior of the educated person, let them master the skills, then correctly assess their own risk tolerance, and choose the appropriate financial products to achieve personal wealth preservation and appreciation. Examining the effectiveness of financial education, it is necessary to establish a scientific assessment system, and improve the financial education based on the assessment results. At present, the financial industry has not yet to establish a universally applicable authoritative assessment indicators and systems. China's financial education needs to be promoted from the way and means. We should carry out research seriously, strengthen the top design, establish targeted financial education evaluation criteria and feedback mechanism, carry out targeted education and publicity activities to enhance the effectiveness of financial education.

**Key words:** financial education; financial knowledge; financial behavior; financial consumption decision-making; evaluation system

(责任编辑:黎芳)