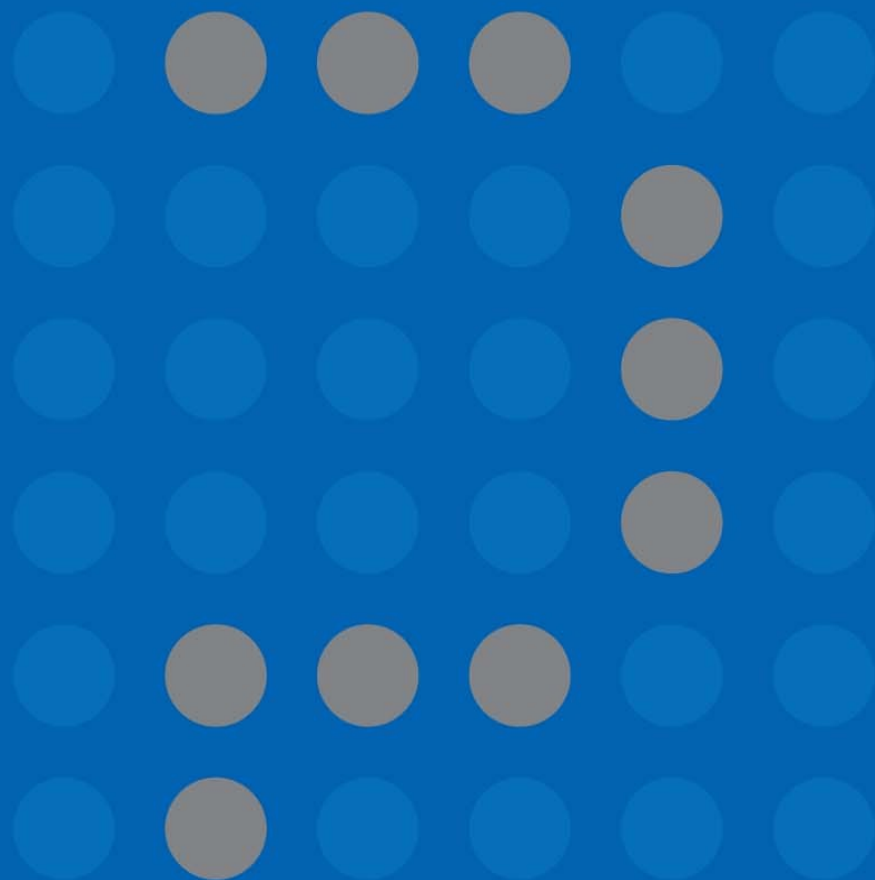


# FINANČNÁ GRAMOTNOSŤ NA SLOVENSKU - 2007



# Obsah

- **O prieskume**
- Finančná gramotnosť
- Informácie (názory respondentov)
- Informácie a rozhodovanie (správanie respondentov)
- Finančné vzdelávanie (názory respondentov)
- Ďalšie kroky SBA

# SBA a vzdelávanie: Prečo?

- Posledné roky: Veľký rozvoj retailového bankovníctva (nové produkty a služby)
- Predpoklad: Nízka finančná gramotnosť (podobný problém existuje aj v bankovo vyspelejších krajinách. Sú Slováci iní ?)

**Banky na Slovensku chcú vzdelaných klientov**

# Ciele prieskumu

Zistiť úroveň finančnej gramotnosti (tzv. Index finančnej gramotnosti I- FiG)

Zistiť názor respondentov na súčasnú úroveň informovanosti o finančných (bankových) produktoch

Zistiť názor respondentov na tému finančného vzdelávania

# Obsah

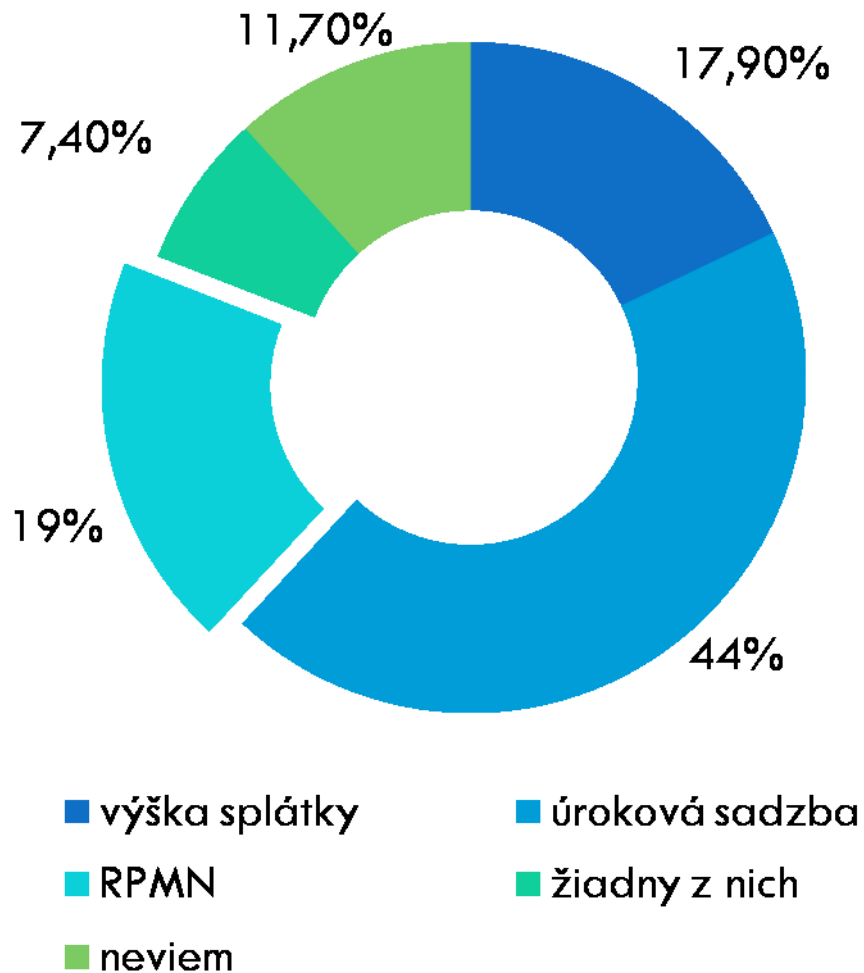
- O prieskume
- **Finančná gramotnosť**
- Informácie (názory respondentov)
- Informácie a rozhodovanie (správanie respondentov)
- Finančné vzdelávanie (názory respondentov)
- Ďalšie kroky SBA

# Aká je úroveň finančnej gramotnosti?

- Nižšia ako nami očakávaná (66 % správnych odpovedí)
- Index finančnej gramotnosti (I-FiG) dosiahol úroveň **0,56 – priemerná** znalosť problematiky osobných financií
  - Viac ako polovica opýtaných si medzi 2 (!) ponukami nevyberie najvýhodnejší termínovaný vklad
  - Až 84 % si medzi 2 (!) ponukami nevyberie najvýhodnejší úver

alebo ....

# ...len 19% opýtaných rozumie pojmu RPMN...



***Ktorý ukazovateľ Vám najviac hovorí o celkových nákladoch na úver?***

- a) *výška splátky*
- b) *úroková sadzba*
- c) *ročná percentuálna miera nákladov*
- d) *žiadny z nich*
- e) *neviem*

# ... navyac, RPMN nepoznajú ani klienti, ktorí majú hypotéku

## Klienti, ktorí majú hypotéku



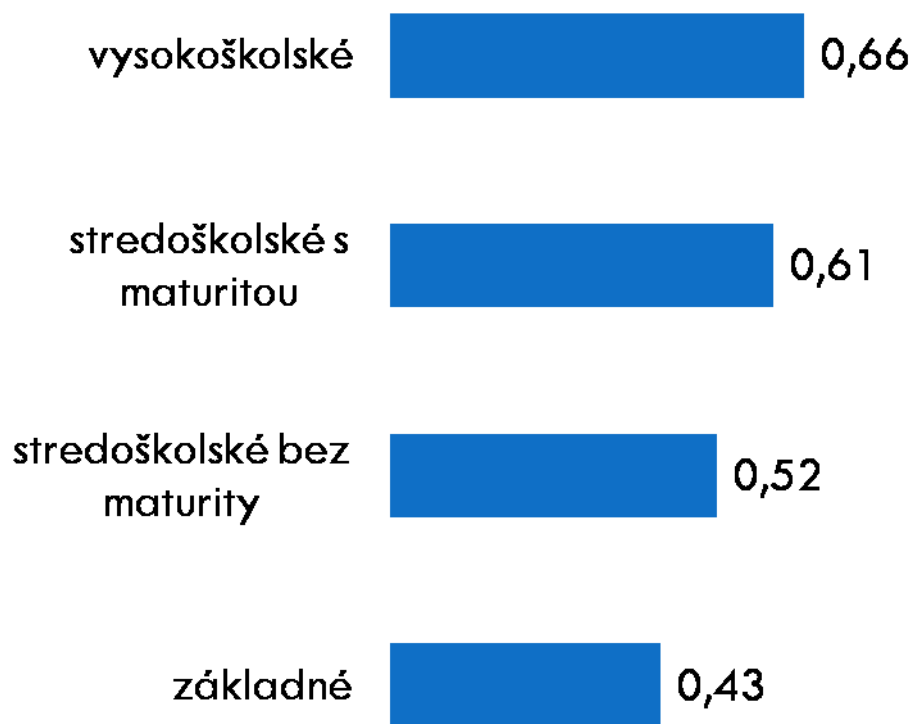
- Odpovedali správne
- Odpovedali nesprávne

- Až 65 % klientov, ktorí majú hypotekárny úver odpovedala **nesprávne** na testovú otázku týkajúcu sa znalosti ročnej percentuálnej miery nákladov



# Čo ovplyvňuje finančnú gramotnosť?

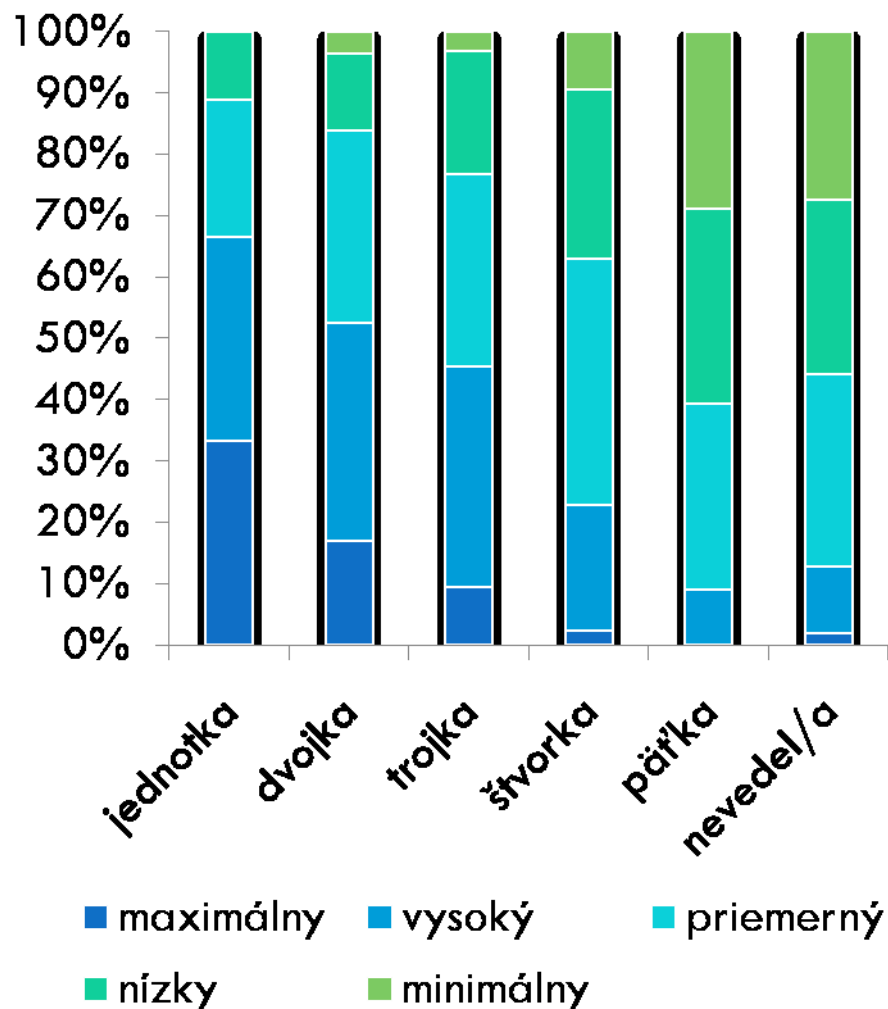
## Hodnota I-FiG podľa vzdelania



**Najvýraznejšie finančnú gramotnosť ovplyvňuje:**

- dosiahnuté vzdelanie
- výška príjmu

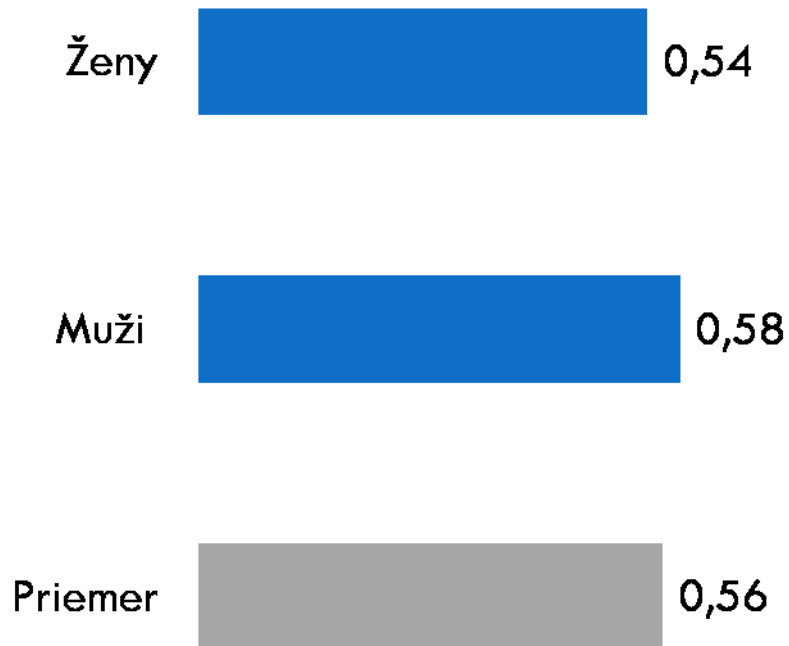
# Ako sa hodnotia klienti?



- Respondenti hodnotia svoje znalosti v celku **realisticky** (t.j. vyššej úrovni I-FiG zodpovedá vyššie samohodnotenie a naopak)
- Rozdiel od iných prieskumov v zahraničí

# Zaujímavosť: Kto je lepší ženy, alebo muži?

## I-FiG



□ Rozdiel v znalosti problematiky osobných financií medzi mužmi a ženami **je nepatrný**

# Čo nás prekvapilo I

- Respondenti si zamieňajú pojem kreditná a debetná karta, resp. debetnú kartu považujú za kreditnú a naopak
  - Kreditnú kartu používa 54,9% respondentov, debetnú len 19,3%
  - Až 43,5% respondentov nerozumie ako funguje debetná karta, len 15,9% nerozumie fungovaniu kreditnej karty
  - Až 40,3% respondentov vyberá peniaze z bankomatu kreditnou kartou, debetnou len 10,7%
- Respondenti na materskej dovolenke a v domácnosti majú nadpriemernú znalosť finančnej problematiky (I-FiG = 0,60)
- Takmer tretina respondentov nerozumie fungovaniu hypoték

# Obsah

- O prieskume
- Finančná gramotnosť
- **Informácie (názory respondentov)**
- Informácie a rozhodovanie (správanie respondentov)
- Finančné vzdelávanie (názory respondentov)
- Ďalšie kroky SBA

# Čo si myslia klienti o dostupných informáciách?

- *“informácií je dostatok” (56,7 %\*)*
- *„banky dávajú svojim klientom všetky potrebné informácie“ (69,8 %\*)*
- *„klienti nesúhlasia s tvrdením, že o ponúkaných službách a produktoch sú dobre informovaní“ (56,6%\*\*)*
- *„finančný jazyk je komplikovaný“ (77,3 %\*)*

\* Odpovede „určite áno“ alebo „skôr áno“

\*\* Odpovede „skôr nie“ alebo „určite nie“

# Ktoré informácie sú pre Vás najviac zrozumiteľné?

- Od pracovníkov v banke (75,4 %)
- Od nezávislých finančných poradcov (58,8%)
- Informácie z letákov a brožúr (43,6 %)
- Informácie z poskytované masmédiami (40 %)
- Z internetových stránok (39,4%)
- Od pracovníkov z telefonického centra (26,8 %)

\* Odpovede „úplne zrozumiteľne“ a “skôr zrozumiteľné”

# Čo nás prekvapilo II

- Informácií je dostatok a klienti majú od bánk všetky potrebné informácie

napriek tomu

- Sa necítia byť dobre informovaní

## Vysvetlenie:

- Nízka schopnosť analýzy a spracovania informácií klientmi najmä v dôsledku **neporozumenia** základným finančným pojmom (“finančný jazyk je komplikovaný”)

## Riešenie:

- Finančné vzdelávanie
- Orientácia na kvalitu poskytovaných informácií



# Obsah

- O prieskume
- Finančná gramotnosť
- Informácie (názory respondentov)
- **Informácie a rozhodovanie (správanie respondentov)**
- Finančné vzdelávanie (názory respondentov)
- Ďalšie kroky SBA

# Informácie a rozhodovanie

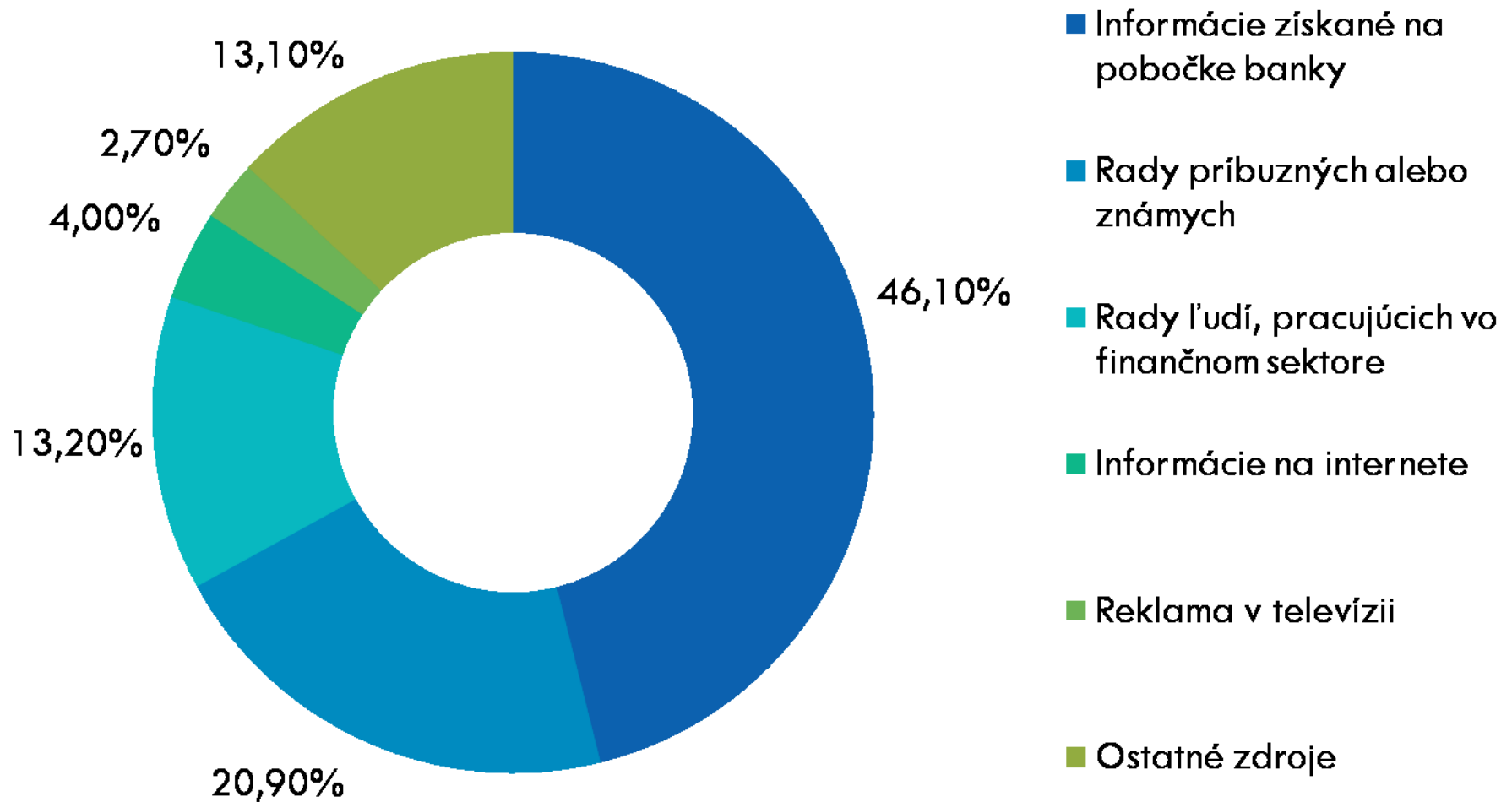
- Klienti pri poslednej kúpe najčastejšie čerpali informácie „*od banky*“ a „*rodiny a známych*“
- Najväčší dôraz pri kladú „*na informácie získané od banky*“
- Takmer polovica klientov naposledy „*neporovnávala ponuky viacerých bánk*“
- Najväčší vplyv na rozhodovaní klientov má „*skúsenosť s bankou, ktorej služby už využívali predtým*“

podrobnejšie.....

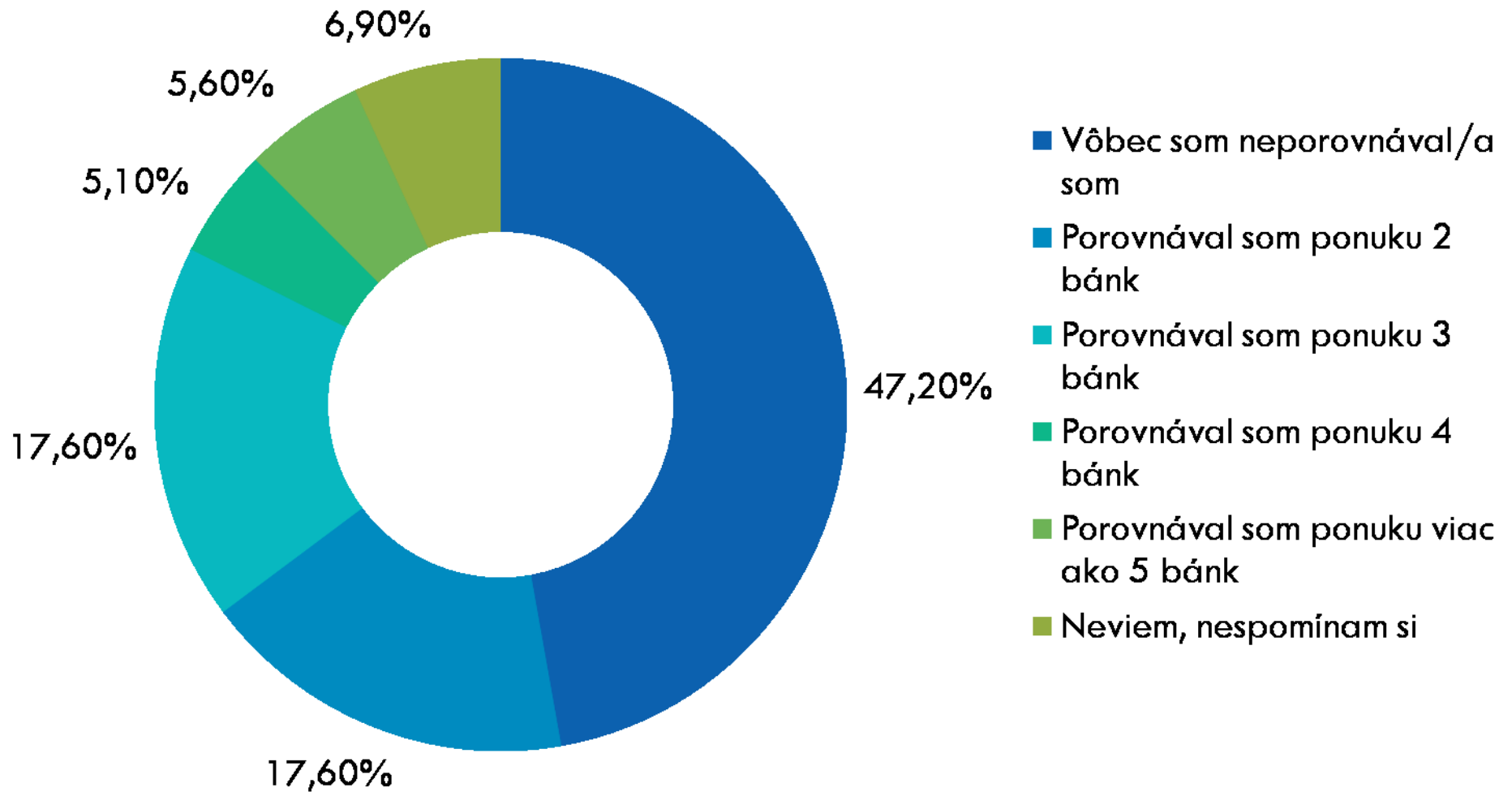
# Odkiaľ ste pri poslednej kúpe čerpali informácie?

65,60%	Informácie som získal/a na pobočke banky
45,10%	Poradil mi niekto z rodiny alebo známych
33,10%	Poradil mi niekto, kto pracuje vo finančnom sektore
18,20%	Všimol/a som si reklamu v novinách alebo časopisoch
17,20%	Zaujala ma reklama v televízii
16,40%	Informácie som vyhľadal/a na internete
7,50%	Porovnávacie tabuľky produktov na internete
7,00%	Zachytil/a som reklamu v rádiu
6,20%	Sledoval/a som odborné relácie alebo diskusie v médiách
5,90%	Porovnávacie tabuľky produktov v novinách alebo časopisoch
3,10%	Informácie z web stránky Národnej banky
1,90%	Čerpal/a som zo špecial. odborných časopisov alebo publikácií
4,00%	Iný zdroj informácií
6,10%	Neviem

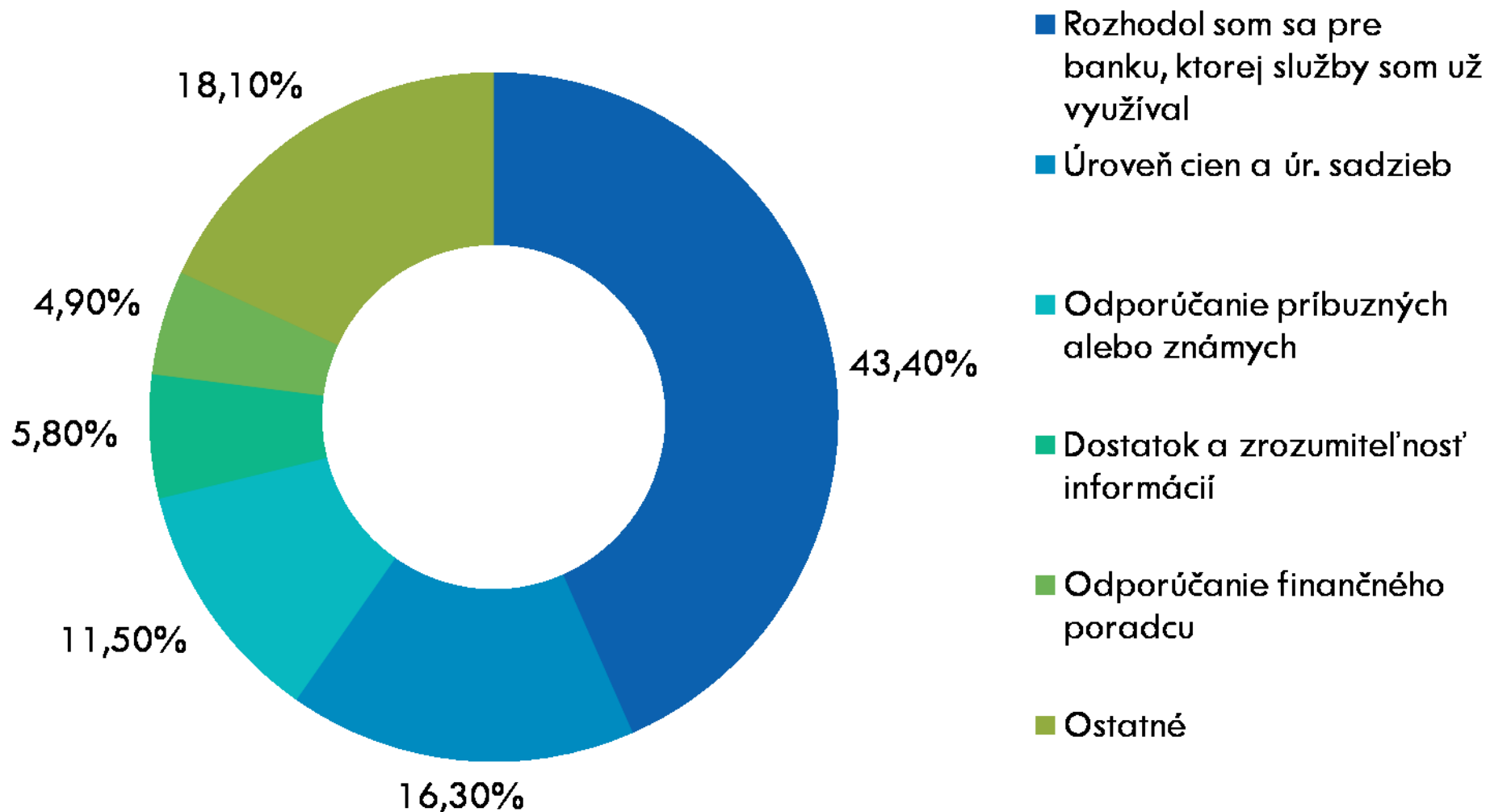
# Ktorý zdroj mal najväčší vplyv pri Vašom rozhodovaní?



# Koľko ponúk ste pred poslednou kúpou porovnávali?



# Čo najviac ovplyvnilo Vaše rozhodnutie?



# Čo nás prekvapilo III

- Nie je bežné, že klienti pred kúpou porovnávajú ponuky viacerých bánk
- Cena produktu, služieb nemá pri samotnom rozhodovaní najdôležitejší vplyv
- Študentov najviac pri rozhodovaní ovplyvňuje odporúčanie rodiny a známych
- Respondenti na materskej dovolenke a v domácnosti sú pri rozhodovaní najviac ovplyvnení úrovňou ponúkaných cien a úrokových sadzieb

# Obsah

- O prieskume
- Finančná gramotnosť
- Informácie (názory respondentov)
- Informácie a rozhodovanie (správanie respondentov)
- **Finančné vzdelávanie (názory respondentov)**
- Ďalšie kroky SBA



# Čo si myslia klienti o finančnom vzdelávaní?

Každý by mal poznať pojmy z finančnej oblasti (72 %\*)

## Finančné vzdelávanie je:

- potrebné (63 %\*)
- má by byť dostupné pre všetky vekové kategórie (72 %\*)
- a malo by byť zaradené už v učebných osnovách (71%\*)

## Vzdelávaniu by sa mal venovať najmä:

- štát (71 %\*)
- finančný sektor (68 %\*)

\* Odpovede „určite áno“ a „skôr áno“

# Čo nás prekvapilo IV

- Pozitívny postoj respondentov k finančnému vzdelávaniu
- Uvedomenie si dôležitosti finančného vzdelávania pre všetky vekové kategórie

# Obsah

- O prieskume
- Finančná gramotnosť
- Informácie (názory respondentov)
- Informácie a rozhodovanie (správanie respondentov)
- Finančné vzdelávanie (názory respondentov)
- **Ďalšie kroky SBA**

# Ďalšie kroky SBA

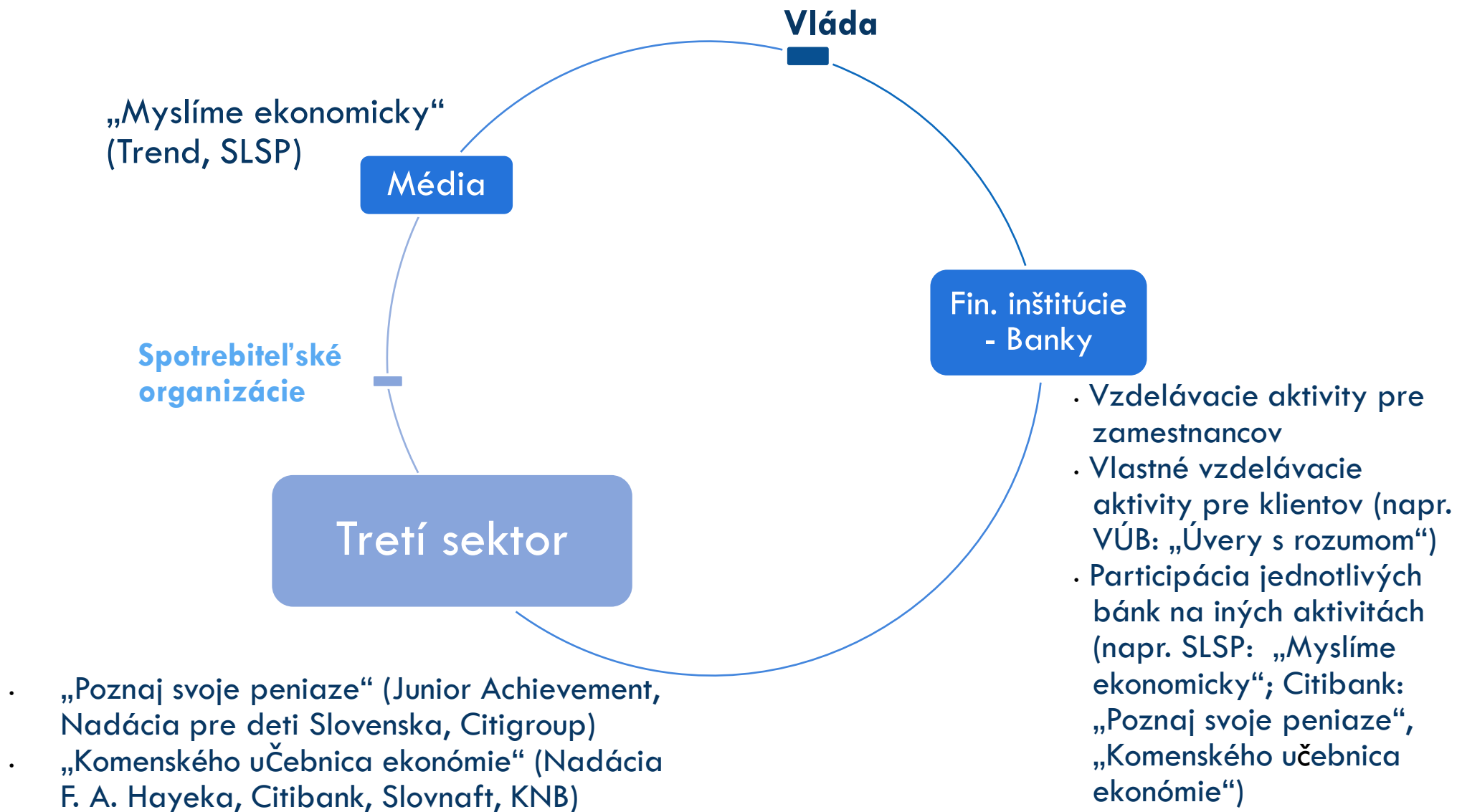
## Vzdelávací program SBA

- **Krátkodobý cieľ**
- V súčasnosti prebieha analýza výsledkov prieskumu a diskusia o formách a obsahu programov

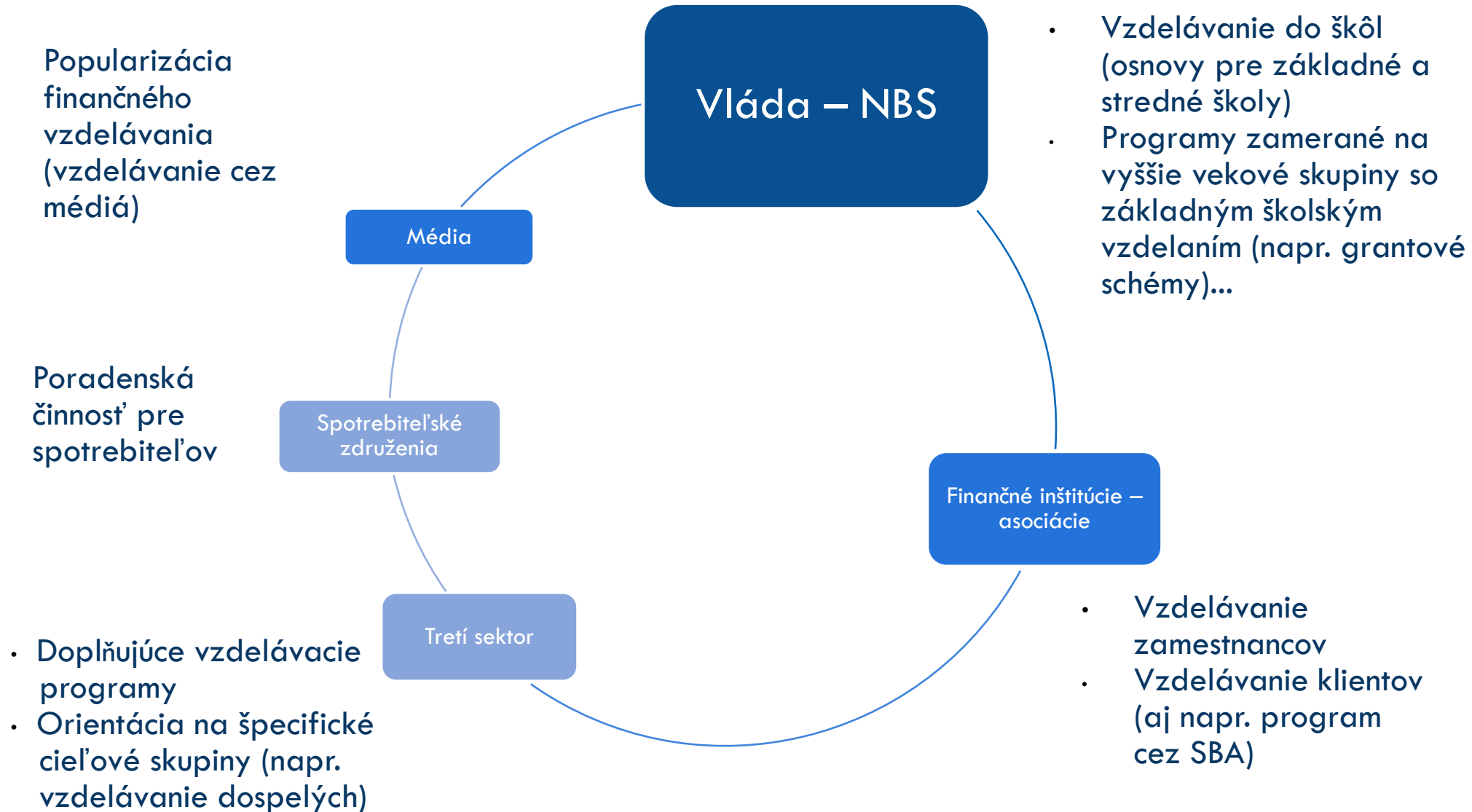
## Finančné vzdelávania do školských osnov

- **Strednodobý cieľ**
- SBA je pripravená participovať na tvorbe učebných osnov ponukou odbornej garancie za oblasť bankovníctva

# Dnešný stav vo finančnom vzdelávaní



# Úlohy vo finančnom vzdelávaní - optimálny stav



# Zhrnutie

- Finančná gramotnosť je nižšia ako očakávaná
- Informácií je dostatok
- Nízka schopnosť spracovávania informácií klientmi v dôsledku neporozumenia základným pojmom
- Pozitívny postoj k finančnému vzdelávaniu

# Info o prieskume

- Zadávateľ: Slovenská banková asociácia
- Realizátor: MVK, s.r.o.
- Forma: osobne riadené rozhovory
- Termín: 4. september – 10. október 2007
- Počet respondentov: 1107
- Vek: od 18 do 75 rokov
- Výberové kritérium: aktívny klient aspoň jednej banky