



Študenti to s finančnou gramotnosťou neprehávajú

Pavel Škriniar a Miroslav Kmetko
Ekonomická univerzita v Bratislave

Exekúcia, strata strechy nad hlavou, ale i (ne)úmyselný pokus o poisťovací podvod či nedostatočná výška dôchodku. Až takto ďaleko siahajú následky nesprávneho rozhodnutia v minulosti. Niekedy by stačilo iba málo, aby to nezašlo do extrému – vyznať sa v ponuke, vedieť si správne porovnať predstreté produkty a spočítať si výsledný efekt. Z porovnávaní finančných produktov sa z roka na rok z dôvodu rozširovania ich počtu a variácií stáva čoraz náročnejšia disciplína. To je dôvod, prečo treba klásť väčší dôraz na finančné vzdelávanie.

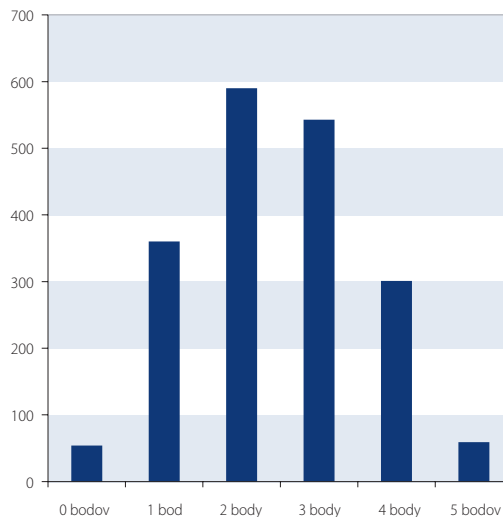
Zrealizovali sme prieskum medzi študentmi. Prieskumu sa zúčastnilo 1907 študentov z deviatich slovenských univerzít. Otázkami sme sa zamerali na zistenie úrovne finančnej gramotnosti. Sledovali sme schopnosť vybrať si výhodnejší typ termínovaného vkladu, výnosnejšiu akciu a menej nákladnú investíciu. Taktiež sme zisťovali vnímanie inflácie a porovnávanie inflácie s výnosom. Výsledky neboli prekvapujúce, no v kútiku duše autori prieskumu dúfali v iný výsledok. V lepšom výsledku. Viera totiž bola opodstatnená. Vzorka respondentov patrí k tej vzdelanejšej časti obyvateľstva. Inšpiráciou pri tvorbe otázok boli napríklad reklamné kampane bánk a pri ich zodpovedaní mali v podstate stačiť poznatky z matematiky vyučovanej na základnej škole.

ÚSPEŠNOSŤ JE NÍZKA

Sebavedomie študentom nechýba. Necelých 70 % sa považuje za finančne gramotných, teda vyhlasuje o sebe, že sa vo financiách vyzná. Opak je pravdou. Odpovede na päť otázok ukázali, že vo vnímaní finančného sveta majú medzery. Napríklad výhodnejší termínovaný vklad si vyberie 47 % (1 % p. a. za tri roky uprednostnia pred celkovým trojročným výnosom 3 %), menej nákladný produkt si dokáže vybrať 44 % (5 % vstupný a 1,25 % priebežný poplatok v porovnaní s 0 % vstupným a 2,5 % priebežným pri dlhodobom investovaní), výnosnejšiu akciu uprednostní 41 % (3 % štvrtročne verus 11 % ročne), inflácii vie porozumieť 39 % (zdrazenie o 100 % alebo najprv o 70 % a potom o 30 %) a zohľadniť výnos v súvislosti s infláciou dokáže 24 % respondentov (peniaze hneď alebo o rok s 12,5 % výnosom). Ak by sme mali hovoriť o celkovej úspešnosti zodpovedania piatich otázok, tak tá sa približuje k hranici 49 %.

Prílišné sebavedomie nie je dobré na vstupnom pohovore do zamestnania, ale ani pri výbere finančných produktov. A študenti vysokým sebavedomím doslova prekypujú. Spomínaných 70 % „finančne gramotných“ malo úspešnosť zodpovedania otázok iba 49,55 %. Na druhej strane študenti, ktorí sa nepovažujú za finančne gramotných, tie isté otázky zodpovedali s úspešnosťou 47,89 %. Nejde tak o výrazný rozdiel, obzvlášť

Početnosť rozloženia správnych odpovedí respondentov na päť otázok (min. 0 bodov, max. 5 bodov)



Zdroj: Prieskum autorov.

s dôrazom na to, že ani jedna skupina nezískala viac ako polovičnú úspešnosť.

NEVIEM, ŽE NEVIEM

Zdanie, že človek rozumie finančnému produktu, mu spôsobí viac problémov ako úžitku. Nesprávne vnímanie produktov a ich možností sme otestovali na otázke týkajúcej sa investičného životného poistenia. Študenti mali uviesť, koľko predpokladajú, že budú mať nasporené po ročnom trvaní tohto poisťovného produktu. Do produktu vkladali 100 EUR mesačne, pričom na poistenie i sporenie smerovali rovnaké sumy – po 50 EUR. Približne 1 % opýtaných uviedlo, že po roku sa bude stav účtu rovnať nule. Takmer 54 % odhadovalo, že tam budú mať od 600 do 700 EUR. Ide o sumu, ktorá je výsledkom zjednodušeného prepočtu: $50 \times 12 + \text{úroky}$. V zadaní neboli spomenuté provízie a študenti, pokiaľ sa o tento typ finančného produktu nezaujímajú alebo nemajú s ním osobnú skúsenosť, o ich výške a umorovaní nevedia.



Prekvapujúce boli skupiny študentov, ktoré predpokladajú, že po roku bude na investičnom účte viac ako 700 EUR. Celkovo išlo o 19 % z tých, čo na túto otázku odpovedali. (Mimochodom, na túto otázku odpovedalo iba 80 % respondentov, čím z nej spravili otázku s najmenším počtom odpovedí.) Ešte prekvapujúcejšie bolo, že 12 % z nich očakáva, že na účte budú mať viac, ako bol objem vkladov, teda viac ako 1300 EUR. Ak to má byť zhrnuté, tak 99 % majiteľov investičného životného poistenia môže byť po roku veľmi sklamaných.

Rozdelenie očakávaného stavu účtu investičného životného poistenia po 12 mesiacoch (na otázku odpovedalo 80 % vzorky)

Úspory po prvom roku	Podiel
0 EUR	1 %
1 – 100 EUR	14 %
101 – 300 EUR	8 %
301 – 599 EUR	4 %
600 – 700 EUR	54 %
701 – 1000 EUR	3 %
1001 – 1300 EUR	4 %
Viac ako 1300 EUR	12 %

Zdroj: Prieskum autorov.

OCHOTA ZAPLATIŤ ZA RADU

Prílišné sebavedomie v oblasti poznania možností a podmienok finančných produktov sa prejavuje aj v ocenení práce ľudí z tejto oblasti. Domnienka, že študent sa vyzná vo finančných produktoch, vyvoláva pocit, že v tomto smere nepotrebuje pomoc či radu od iného. Takmer 15 % študentov nie

je ochotných za finančné poradenstvo zaplatiť vôbec. Pritom najčastejšie zdôvodnenie takéhoto postoja bolo, že sám si poradenstvo spraví lepšie. Pokiaľ si poradcovia (sprostredkovatelia) neurobia lepšie meno, nemôžu očakávať ochotu platiť za ich služby zaujímavé sumy. Mediánová odmena je totiž na úrovni 20 EUR, pričom 56 % študentov je ochotných zaplatiť najviac 50 EUR. Výšku odmeny do istej miery skresľuje znenie otázky, pretože bolo všeobecné a nie zamerané na konkrétny produkt. Na druhej strane časť študentov podmieňovala výšku odmeny práve v závislosti od produktu, ale časť ju určovala i podľa výšky zisku, ceny produktu či celkovej úspory.

OČAKÁVAJÚ NESPLNITEĽNÉ

Pri otázkach zameraných na správanie pri konkrétnych investičných príležitostiach, resp. pri výbere výhodnejšej investície, bola častou požiadavkou informácia o budúcom vývoji ceny finančného nástroja. Bez predpovede sa nechceli rozhodnúť pre konkrétnu investíciu. Títo respondenti si nevedomujú, že budúcnosť nikto nestanovuje. Výnimočným javom nebola ani neochota platiť za poradenské služby a zároveň požiadavka poskytnutia rady od odborníkov pri investovaní.

ČO NÁS ČAKÁ A NEMINIE

Prieskum mapuje situáciu študentov výlučne druhých ročníkov vysokých škôl. Rozdiely medzi školami boli, no nedá sa jednoznačne tvrdiť, že by niektoré boli na tom s finančnou gramotnosťou výrazne lepšie než iné. Študenti prístup k finančným produktom prostredníctvom bánk majú, keďže 93 % z nich má otvorený bankový účet. Zaujímavý je však už spôsob výberu banky. V tomto sa 27 % spolieha na svoju rodinu. Do porovnávania ponúk bánk sa dali iba 2 % opýtaných.

Výsledky prieskumu ukazujú slabú finančnú gramotnosť pri bežne dostupných produktoch. Pri sofistikovanejšom produkte, akým je investičné životné poistenie, má 19 % nereálne očakávania a 80 percentám chýbajú o tomto produkte základné informácie. Tie však v súčasných učebných osnovách nezískajú a poskytovanie informácií o ňom je vo veľkej miere na finančnom sprostredkovateľovi.