



FINANČNÍ GRAMOTNOST

Kvantitativní výzkum pro MF ČR

Červenec 2007 / Závěrečná zpráva z výzkumu / Client Service Director: Pavel Šimoník / Senior Analyst: Iva Ryznerová / STEM/MARK, a.s.



OBSAH

Hlavní zjištění	strana 3
Realizátor projektu	strana 6
Východiska projektu	strana 7
Parametry projektu	strana 8
Sebehodnocení úrovně finanční gramotnosti	strana 9
Rodinný rozpočet a investice	strana 21
Praktické znalosti z oblasti financí	strana 29

Hlavní zjištění

- Dospělá populace ČR hodnotí úroveň své finanční gramotnosti průměrnou známkou 3.
- Cca 2/5 dospělých jsou dobře informovány v oblasti financí a s touto úrovní jsou spokojeny. Další 2/5 jsou informovány průměrně nebo špatně a se svými znalostmi jsou nespokojeny. Zbýlá pětina převážně nemá o tuto oblast zájem.
- Nejdůležitějším a nejdůvěryhodnějším zdrojem informací je přímý poskytovatel finančního produktu nebo služby.
- Naprostá většina dotázaných konstatuje, že ze školy si žádné znalosti pro orientaci v oblasti financí a bank neodnesla.
- Respondenti by jednoznačně uvítali výuku základních pojmů na střední škole.
- Formou obecných deklamací se dotázaní shodují na potřebě znalosti pojmů i dalšího vzdělávání jak obecně, tak konkrétně pro tvorbu rodinného rozpočtu, investic a úvěru. Při konkrétním rozhodnutí o způsobu vzdělávání by však preferovali spíše pasivní formy – čtení letáků, brožur, článků na internetu či v tisku, pořady v TV.
- Zájem o organizované vzdělávání deklarují téměř ¾ oslovených respondentů za podmínky bezplatnosti a bez propagace konkrétního produktu. Očekávaným poskytovatelem je stát nebo finanční instituce.
- Čtvrtina domácností tvoří svůj rodinný rozpočet pravidelně, další 2/5 nárazově.
- V oblasti investic financí se česká populace chová zdrženlivě – pouze necelá desetina by přebytečnou částku rodinného rozpočtu použila na investování.
- Správnou míru inflace za poslední rok dokáže odhadnout necelá polovina dospělé populace.

Sebehodnocení finanční gramotnosti

- Podle předložené definice finanční gramotnosti se největší část respondentů (35 %) ohodnotila **známkou 3**, stejné hodnoty dosahuje i **průměrná známka za všechny** dotázané. Sebehodnocení závisí především na dosaženém stupni vzdělání – lépe známkují lidé s VŠ, s vyššími příjmy domácnosti, soukromí podnikatelé.
- Z hlediska spokojenosti s úrovní svých znalostí se populace dělí na zhruba stejné části – polovině spíše vyhovuje, polovině ne nebo neví. Analýzou těchto dvou hledisek – informovanosti a spokojenosti s ní – získáváme několik segmentů populace:

- **27 % dobře informovaných**, hodnotících svoji finanční gramotnost známkou 1 nebo 2, **spokojených** s úrovní znalostí: jedná se častěji o muže než ženy, respondenty s vyšším stupněm vzdělání, nejčastěji podnikatele, s příjmem domácnosti od 30 000 Kč
- **16 % s průměrnými znalostmi**, s nimiž jsou **spokojeni**
- **20 % průměrně informovaných**, ale **nespokojených** s touto úrovní: nejčastěji jde o zaměstnance a respondenty s nadprůměrnými osobními příjmy a průměrnými nebo podprůměrnými příjmy domácnosti

Hlavní zjištění

- **19 % neinformovaných a nespokojených:** základní vzdělání nebo vyučení, nejnižší příjmové kategorie, často studenti, spíše ženy
 - **8 % neinformovaných**, kterým však informace **nechybí**: základní vzdělání, důchodce, 60 a více let, nejnižší příjmové kategorie
 - zbytek – cca 10 % se v rámci těchto dvou hledisek nezařadil.
- Celkem **45 % populace** deklaruje (spíše neurčitě) **schopnost orientace** v nabídce konkrétních produktů na finančním trhu.
 - **Necelá třetina** (29 %) přiznává, že úroveň znalostí jí **brání ve využívání finančních produktů** – nejčastěji jde o investiční, dále o úvěrové a spořicí produkty.

Informační zdroje

- **Informace** z oblasti financí a produktů jsou čerpány ze tří základních zdrojů: **přímo od poskytovatele** (v bance, spořitelně, pojišťovně), **z tisku a TV** a **od známých či příbuzných**. **Přímý poskytovatel** působí jako zdroj **nejdůvěryhodnější** (59 %) a v případě potíží by se na něj obrátila polovina uživatelů produktu.
- Poměrně vysoké důvěry požívají i zprostředkovatelé a finanční poradci (34 %), ovšem jako zdroj informací fungují spíše výjimečně (12 %).

Vzdělávání

- Cca ¾ dospělé populace považují jak znalost pojmů, tak přímo vzdělávání a získávání nových informací z finanční oblasti za důležité, přičemž čtvrtina určitě. 9 dotázaných z 10 pokládá za užitečné vzdělávání dospělé populace v oblasti hospodaření s penězi. Pochopení pojmů a další vzdělávání vítají především lidé již informovaní, vzdělanější a mladší.
- **Většina** (81 %) respondentů se shoduje v tom, že **ve škole znalosti pro orientaci v oblasti financí a bank nezískala**. Téměř **všichni** (93 %) souhlasí s možností **vyučovat základní pojmy z oblasti finančního světa na středních školách**, necelá polovina by toto učivo směřovala již na základní školy.
- **Většina populace preferuje pasivní formu případného dalšího vzdělávání** – 3/4 mají zájem o čtení letáků, brožur, článků na internetu, 2/3 by četly odborné přílohy v tisku nebo sledovaly specializované pořady v TV. **Specializované kurzy či semináře by přivítala třetina** dotázaných.
- Zájem **účastnit se organizovaného finančního vzdělávání deklarují ¾ dospělé populace**, a to v případě, že by bylo zcela zdarma a bez propagace konkrétního poskytovatele.
- Polovina by uvítala bezplatné vzdělávání i při spojení s propagací konkrétního produktu nebo služby.
- Takové vzdělávání dospělých by měl zajišťovat stát (42 %) nebo finanční instituce (37 %).

Hlavní zjištění

Rodinný rozpočet a investice

- **Čtvrtina domácností sestavuje pravidelně svůj rodinný nebo osobní rozpočet, další 2/5 toto činí v případě plánování větších výdajů.**
- Třetina respondentů rozpočet nikdy netvoří, považuje to za zbytečné, nemá čas nebo má tak nízký příjem, že nepovažuje plánování za potřebné.
- Rozpočet si sestavují především lidé s dobrou informovaností v této oblasti, nejčastěji podnikatelé a zaměstnanci.
- I když většina populace deklaruje tvorbu rozpočtu v situaci, kdy by věděla jak jej správně sestavit (64 %), nedostatek znalostí není důvodem absence plánování – většina respondentů, kteří si rozpočet netvoří, by jej nesestavovala ani v případě správných informací.
- Převážná **většina se shoduje na potřebě vzdělávání dospělých i školních žáků v oblasti tvorby rodinného rozpočtu, investic a úvěrů.** I v této oblasti jsou upřednostňovány informace z brožur, letáků, internetu, TV pořadů či odborných článků.
- **Při výběru spotřebitelského úvěru** se největší část populace **řídí výší roční úrokové sazby** (34 %). V dalším sledu rozhodují s poměrně stejnou důležitostí důvěryhodnost poskytovatele (21 %), RPSN (19 %) a výše měsíční splátky (18 %). Dobře informovaní, vzdělaní spotřebitelé se častěji rozhodují kromě roční úrokové sazby i podle RPSN, naopak neinformovaní s nižším vzděláním spíše reflektují velikost měsíční splátky.

- V případě hypotetického **přebytku 2 000 Kč každý měsíc** by se **největší část respondentů rozhodla pro odložení této částky doma** (37 %). Necelá třetina (30 %) by uložila peníze na účet do banky, pětina (22 %) by přebytek utratila a jen minimum dotázaných (8 %) by částku investovalo např. do podílových fondů nebo akcií.
- Schopnost zacházet s penězi promyšleně s cílem zvyšovat jejich hodnotu roste s vyšším stupněm vzdělání a tím i vyšším příjmem. Rovněž ti, kteří jsou dobře informovaní a dokáží si finance rozplánovat prostřednictvím rodinného rozpočtu, jsou spíše schopni peníze investovat nebo alespoň uložit do banky.
- **Nejvyužívanějšími produkty** na poli financí a bankovníctví jsou kromě **běžného účtu a bankovní karty stavební spoření a penzijní připojištění či penzijní fondy**. Známymi produkty jsou i vkladní knížka, životní pojištění, termínovaný a spořicí účet.

Praktické znalosti z oblasti financí

- **Správnou míru inflace** za loňský rok dokáže odhadnout **necelá polovina (43 %) populace** ČR. Ostatní ji odhadují vyšší nebo vůbec nedokážou stanovit. Správně určují zejména respondenti dobře informovaní, vzdělaní, spíše muži než ženy, výrazně nejčastěji podnikatelé.
- Při porovnání výhodnosti výnosu 300 Kč nebo 15 % ze 3 000 Kč určují správný postup $\frac{3}{4}$ dotázaných. Čtvrtina buď vůbec neví nebo se rozhoduje špatně. Schopnost správně odpovědět je opět daná informovaností, vzděláním a sociální pozicí.

Realizátor projektu

Společnost STEM/MARK

- Jsme společností zkušených odborníků v marketingovém výzkumu a řídíme se přesvědčením, že kvalitní výzkum musí být dialog. Dialog mezi námi a klientem a dialog s našimi respondenty otevírají cestu k dobrému výzkumu. Dobrý výzkum je předpokladem úspěšného dialogu našeho klienta s jeho zákazníky. Nejlepší služby se rodí z otevřeného dialogu lidí. **Marketingový výzkum je dialog.**
- V letošním roce vstoupíme do třináctého roku existence. Během této doby jsme se stali jednou z předních společností v oblasti marketingového výzkumu na českém trhu.
- Poskytujeme služby na vysoké profesionální úrovni, prověřené na několika úrovních společností nezávislými orgány české asociace agentur pro výzkum trhu SIMAR a odpovídající standardům světové profesní organizace ESOMAR.
- Výzkumné série, rozsáhlý archiv dat pořízených ve vlastní režii a znalost prostředí nám umožňují znát odpovědi na některé otázky ještě dříve, než nám je klienti položí.
- Pomáháme zákazníkům správně porozumět výsledkům výzkumu a zvolit optimální marketingovou strategii vedoucí k úspěchu a k dosažení jejich cílů. Tím podporujeme jejich růst a zlepšování pozice na trhu.
- Je pro nás radost spolupracovat s těmi, kteří své práci rozumí.

Client Service Director

Pavel Šimoník

- **Telefon:** 225 986 819
- **E-mail:** simonik@stemmark.cz

Senior Analyst

Iva Ryznerová

- **Telefon:** 225 986 838
- **E-mail:** ryznerova@stemmark.cz

STEM/MARK, a.s.

Na Hrázi 17/176, 180 00 Praha 8

Telefon: 225 98 68 11

Fax: 225 98 68 60

E-mail: Info@stemmark.cz

Web: <http://www.stemmark.cz>

IČO: 6185 9591, DIČ: CZ6185 9591

Bankovní spojení: Živnostenská banka, Praha 1

Číslo účtu: 819 010 004 / 0400

Východiska projektu

Zadání projektu

Zadavatelem je MFČR.

STEM/MARK, a.s. předkládá výsledky výzkumu.

- Výzkum si klade za cíl zmapovat základní úroveň finanční gramotnosti na základě subjektivního hodnocení populace, zjistit hodnocení vlastní vzdělanosti a potřeby dalšího vzdělávání v oblasti finančních služeb mezi spotřebiteli.

Okruhy výzkumu

- Hodnocení vlastní vzdělanosti
- Zájem o finanční vzdělávání
- Základní znalosti termínů v oblasti finančních služeb
- Znalost a orientace ve finančních produktech a službách
- Využívané produkty
- Finanční strategie domácností

Metoda projektu

- Kvantitativní „face to face“ výzkum
- Standardizované osobní rozhovory s pomocí dotazníku
- Dotazování prostřednictvím školených tazatelů

Cílová skupina

- Dospělá populace ČR (18 a více let)

Vzorek respondentů

- 800 respondentů
- Reprezentativní vzorek populace 18+
- Kvótní výběr – kvótní znaky:
 - věk
 - vzdělání
 - pohlaví
 - region
 - velikost místa bydliště

Parametry projektu

Detaily terénního šetření

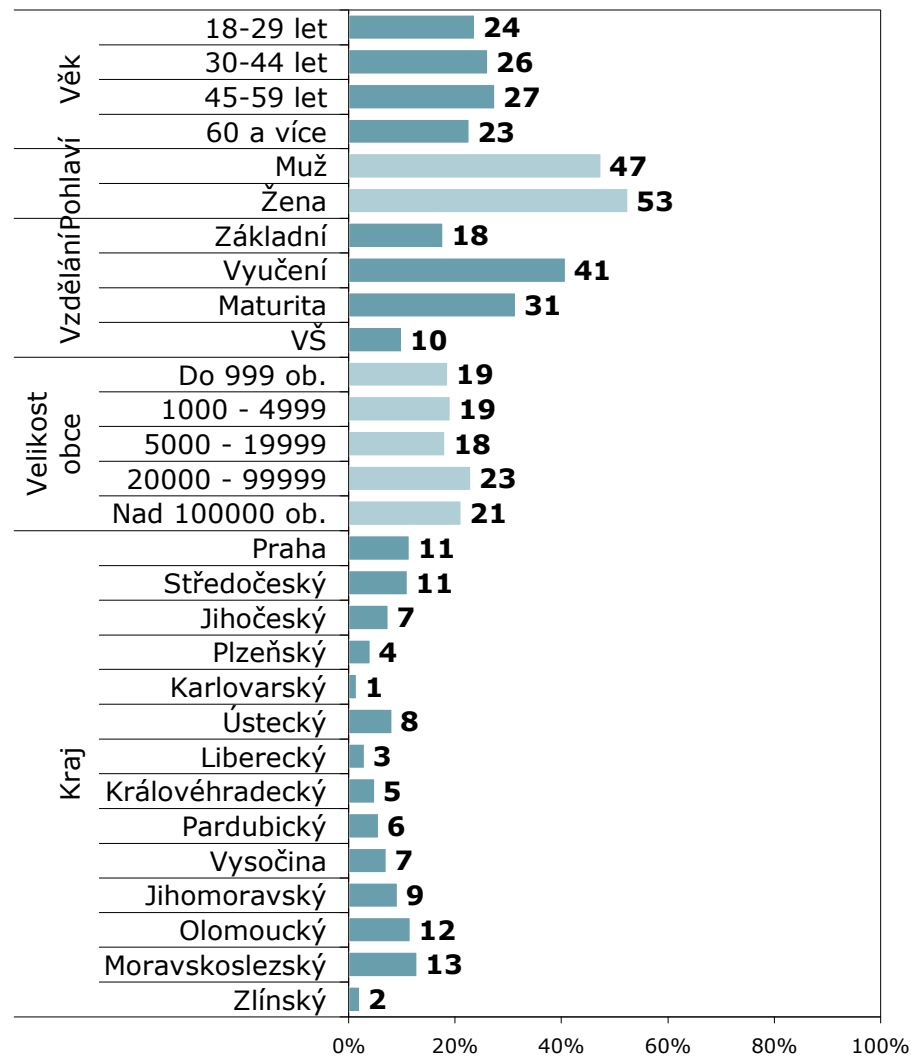
- Celkový počet uskutečněných rozhovorů: 811
- Do zpracování byla zařazena pouze kompletně dokončené rozhovory
- Termín dotazování: 22. červen – 2. červenec 2007

Kontrola datového souboru

- Data byla pořízena dvakrát různými pracovníky pro vyloučení chyb přepisu způsobených přepisem.
- Data byla zpracována osvědčenými a neustále vyvíjenými postupy STEM/MARK plně respektující dohodnuté národní a mezinárodní standardy výzkumu trhu a veřejného mínění.

Struktura vzorku

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007



SEBEHODNOCENÍ ÚROVNĚ FINANČNÍ GRAMOTNOSTI

Sebehodnocení finanční gramotnosti

strana 10

Orientace v nabídce finančních produktů

strana 12

Informační zdroje

strana 14

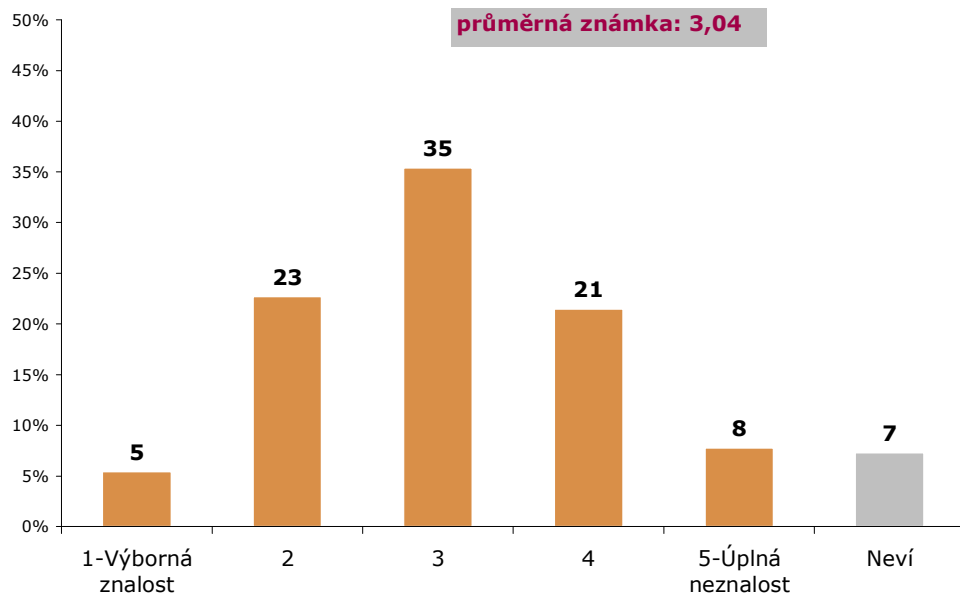
Vzdělávání z oblasti financí

strana 16

Průměrné sebehodnocení: známka 3 – závisí na vzdělání, příjmu, věku a sociální pozici

Hodnocení vlastní úrovně finanční gramotnosti (dle definice)

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

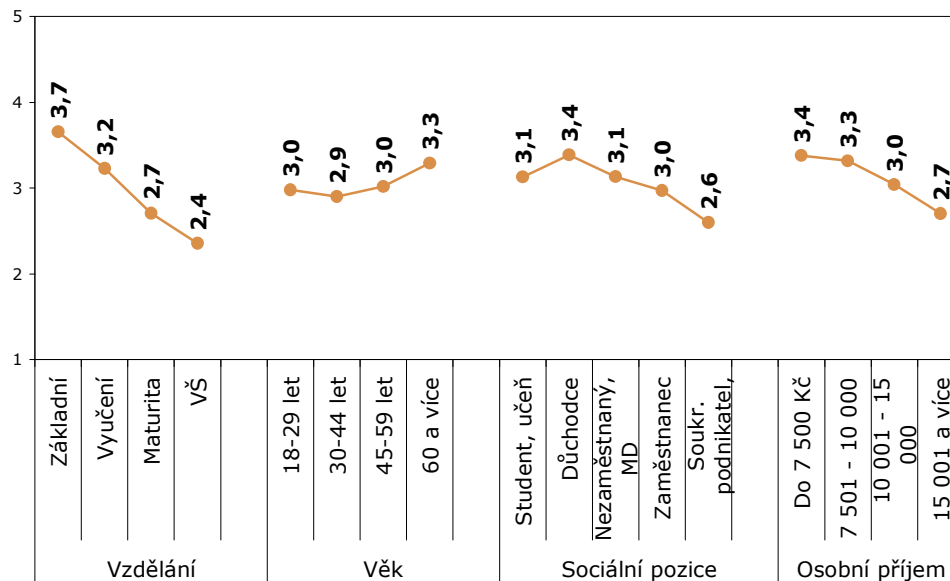


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Hodnocení vlastní úrovně finanční gramotnosti (dle definice)

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

POZNÁMKA: Aritmetické průměry 1-5, 1=výborné hodnocení, srovnání v jednotlivých skupinách



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

DEFINICE FINANČNÍ GRAMOTNOSTI

„Finančně gramotný občan chápe základní ekonomické souvislosti, orientuje se na trhu finančních produktů a služeb a je schopen odpovědně spravovat osobní nebo rodinný rozpočet, včetně správy finančního majetku a finančních závazků s ohledem na měnící se životní situace“.

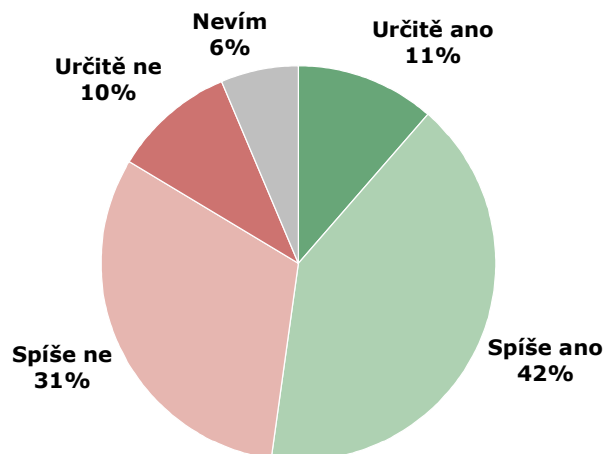
Dobře nebo průměrně informovaní a spokojení: 2/5, průměrně nebo nedostatečně informovaní a nespokojení: 2/5, 1/5 = ostatní bez zájmu

Socioekonomický profil jednotlivých segmentů:

- **dobře informovaní a spokojení:** muži, VŠ nebo maturita, podnikatel, student, vyšší příjmy
- **průměrně informovaní a spokojení:** na MD nebo nezaměstnaný, (jižní Morava)
- **průměrně informovaní a nespokojení:** zaměstnanec, (východní Čechy)
- **neinformovaní nespokojení:** základní vzdělání, vyučení, nižší příjmy, student, (jižní Čechy)
- **neinformovaní spokojení:** základní vzdělání, 60+, důchodce

Jste spokojen(a) s touto úrovní Vaší finanční gramotnosti?

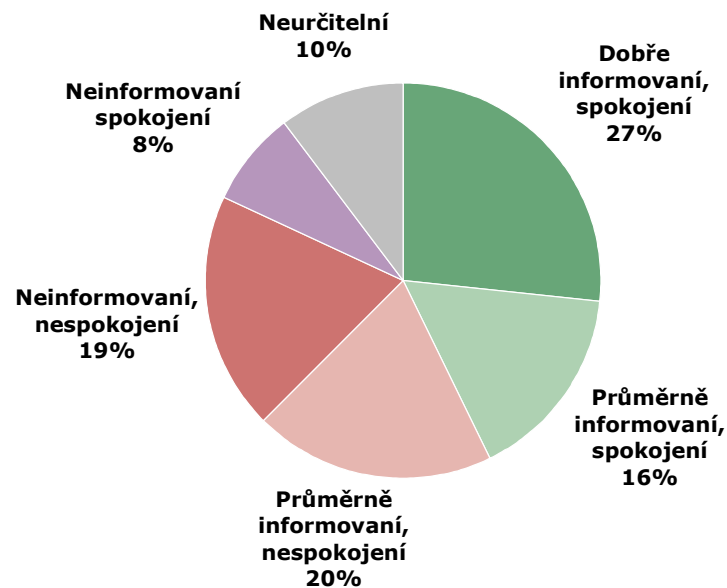
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Segmentace podle informovanosti a spokojenosti s ní

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

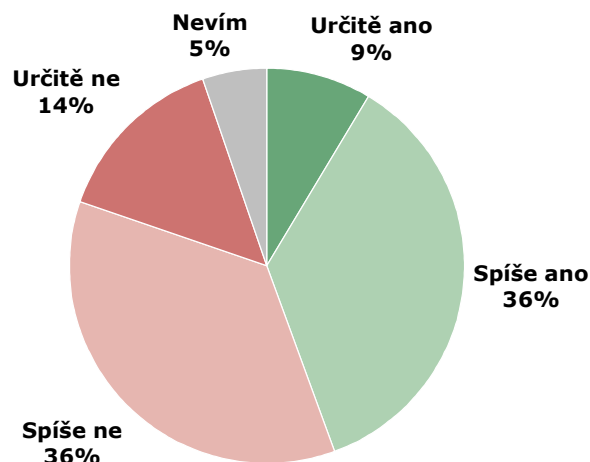


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Orientaci v nabídce konkrétních finančních produktů spíše neurčitě deklaruje necelá polovina dospělé populace

Dokážete se svou znalostí dostatečně orientovat v nabídce konkrétních produktů a služeb na finančním trhu?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

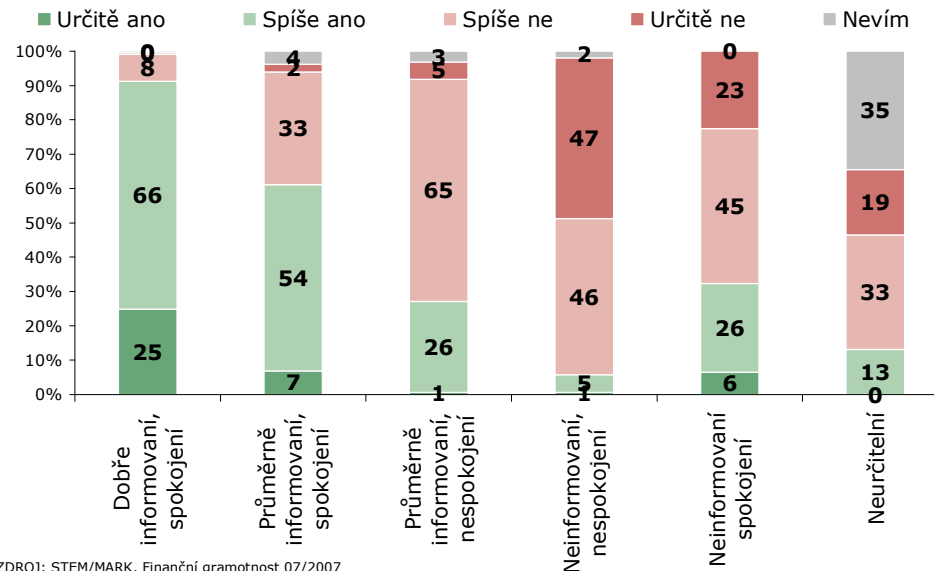


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Dokážete se svou znalostí dostatečně orientovat v nabídce konkrétních produktů a služeb na finančním trhu?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech

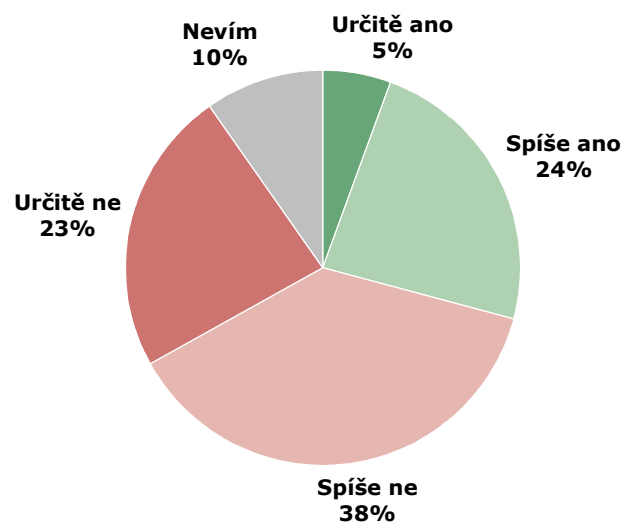


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

29 % dotázaných přiznává nevyužívání finančních produktů z důvodu neznalosti – nejčastěji investiční, úvěrové a spořicí produkty

Brání Vám Vaše úroveň znalostí ve využívání nějakého produktu/služby na finančním trhu?

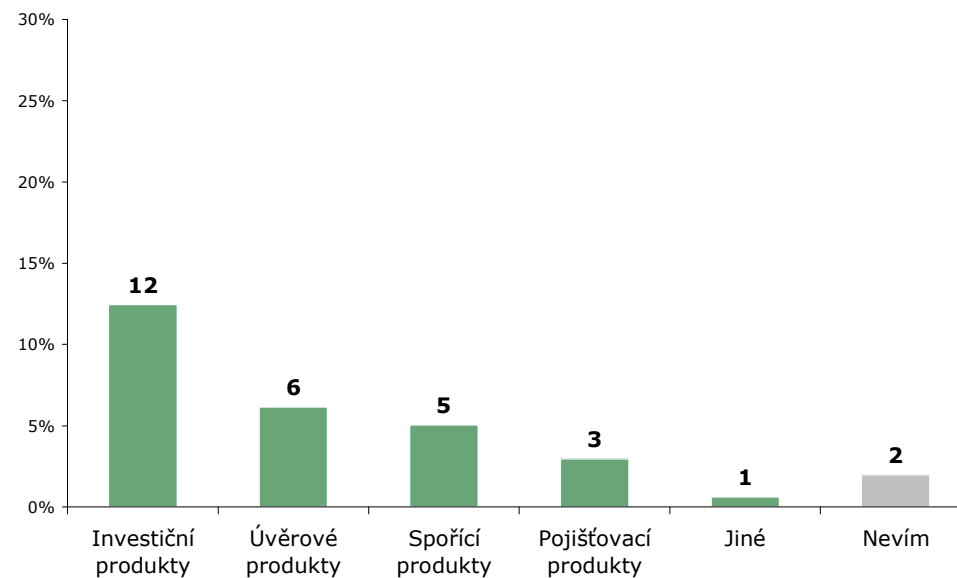
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Pokud ano, může uvést u kterého typu produktů pociťujete největší omezení?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

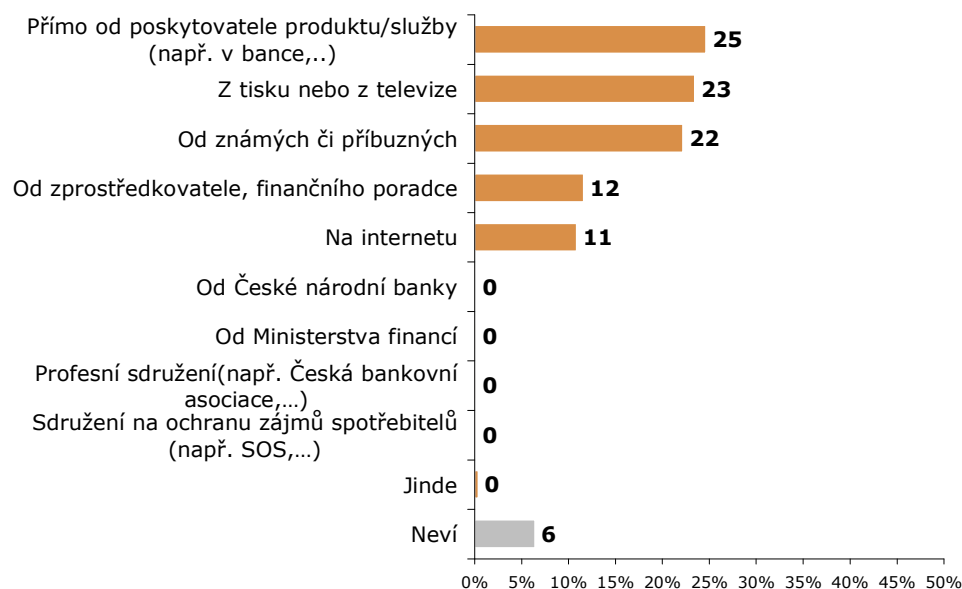


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

3 základní zdroje informací: **přímý poskytovatel + tisk a TV + známí či příbuzní**

Odkud nejčastěji získáváte informace ze světa financí?

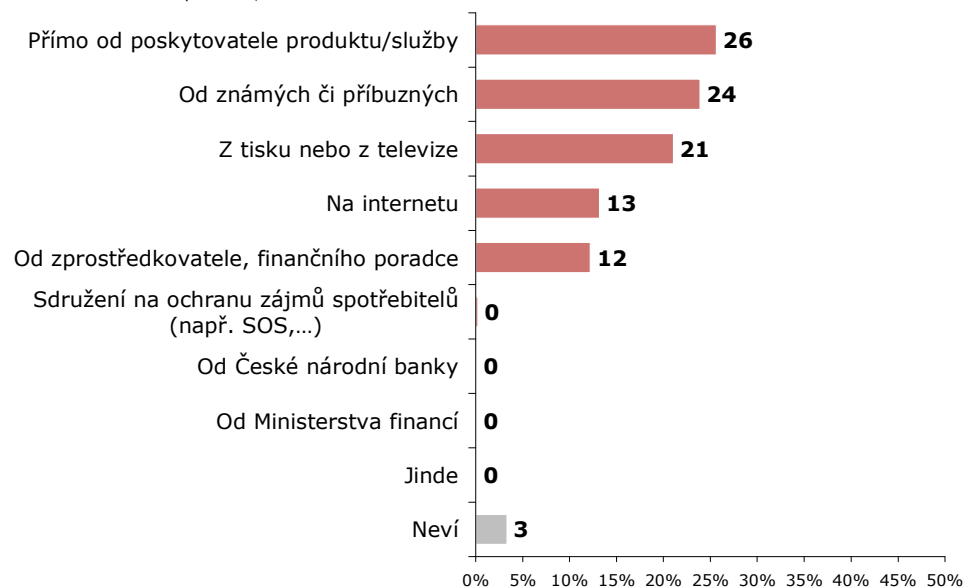
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Odkud nejčastěji získáváte informace o jednotlivých finančních produktech/službách na finančním trhu?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

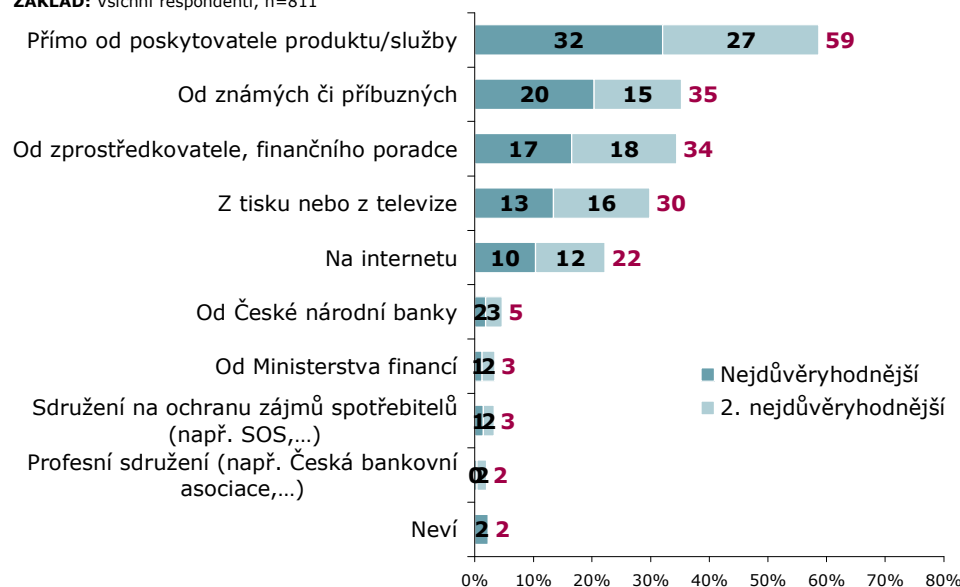


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Nejdůvěryhodnější: informace od přímého poskytovatele

Který z výše uvedených způsobů získávání informací považujete za nejdůvěryhodnější?

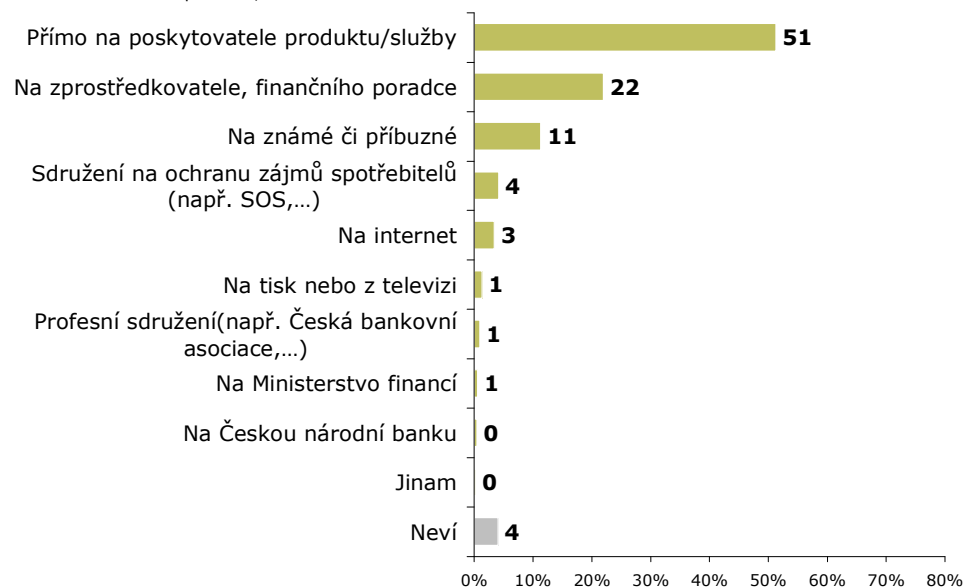
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

A kam byste se obrátil(a) o pomoc v případě potíží nebo nespokojenosti s finančním produktem/službou?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

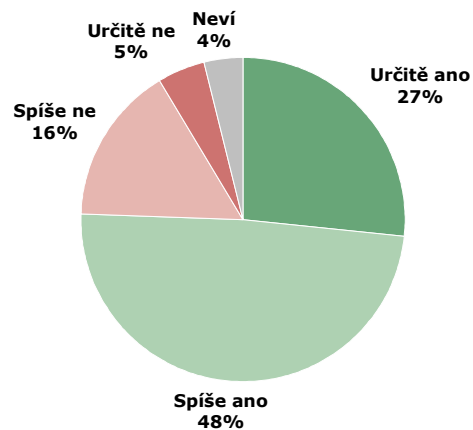


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

3/4 populace deklaruje důležitost znalostí a vzdělávání ve finanční oblasti, vzdělávání dospělých je užitečné

Je podle Vás důležité, abyste znal(a) pojmy z finanční oblasti a rozuměl(a) jim?

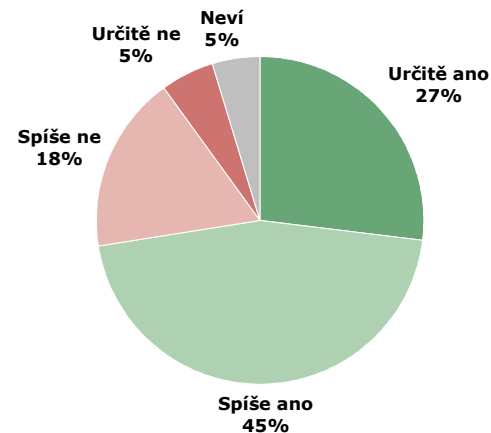
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Má podle Vás smysl se dále finančně vzdělávat a získávat nové informace, abyste pojmům z finančního světa lépe rozuměl(a) a mohl(a) je také prakticky uplatnit?

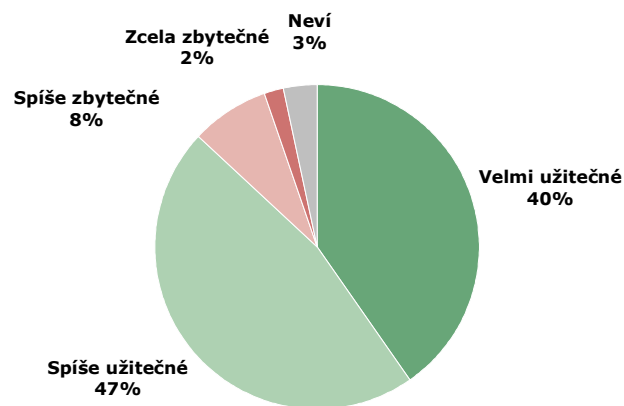
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Jaký je Váš názor na záměr vzdělávat dospělou populaci v oblasti hospodaření s penězi (např. rodinný rozpočet, nevhodnější investice, úvěr). Považuje to z vašeho pohledu za:

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

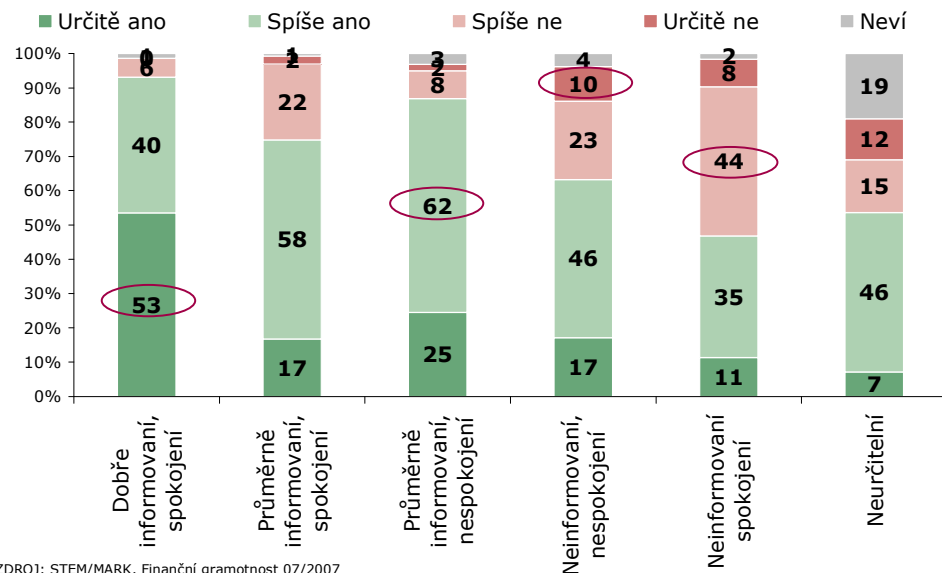


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Informace jsou důležité zejména pro ty, kteří se v této oblasti již orientují – mladší a s vyšším stupněm vzdělání

Je podle Vás důležité, abyste znal(a) pojmy z finanční oblasti a rozuměl(a) jim?

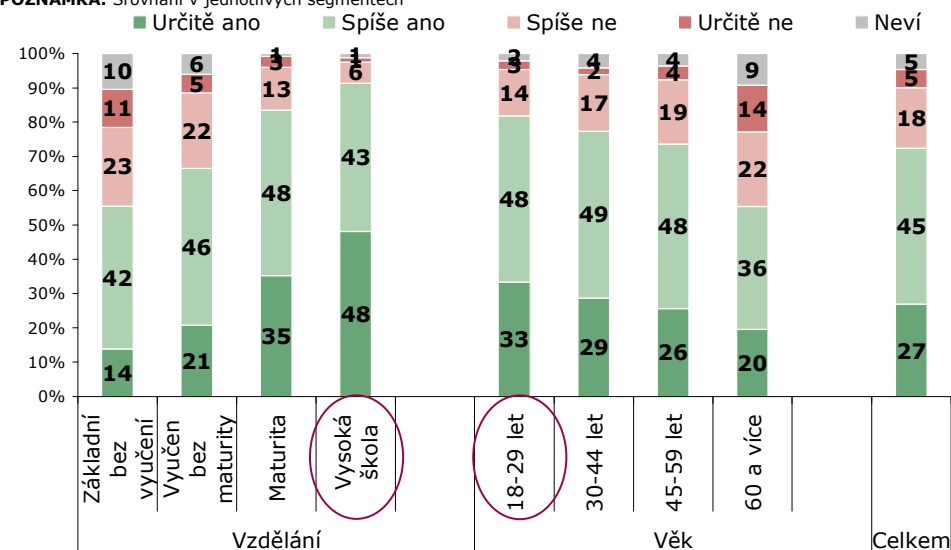
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811
POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Má podle Vás smysl se dále finančně vzdělávat a získávat nové informace, abyste pojmům z finančního světa lépe rozuměl(a) a mohl(a) je také prakticky uplatnit?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811
POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech

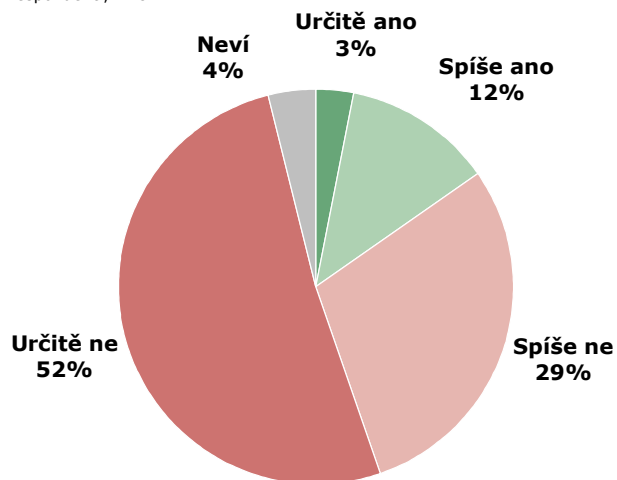


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

4/5 populace nezískaly informace ve škole, shoda panuje ve směřování finančního vzdělávání do středních škol

Domníváte se, že jste získal(a) prostřednictvím školního vzdělávání dostatek informací pro orientaci v oblasti financí a bank?

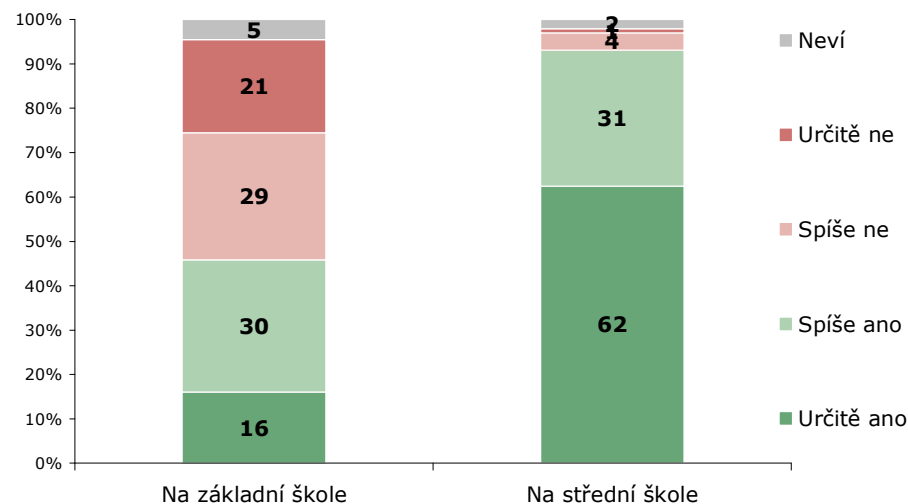
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Domníváte se, že by bylo vhodné, aby pojmy z oblasti finančního světa (tj. např. bankovníctví, pojišťovnictví, stavebního spoření nebo investic) byly obsaženy již ve školních osnovách:

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

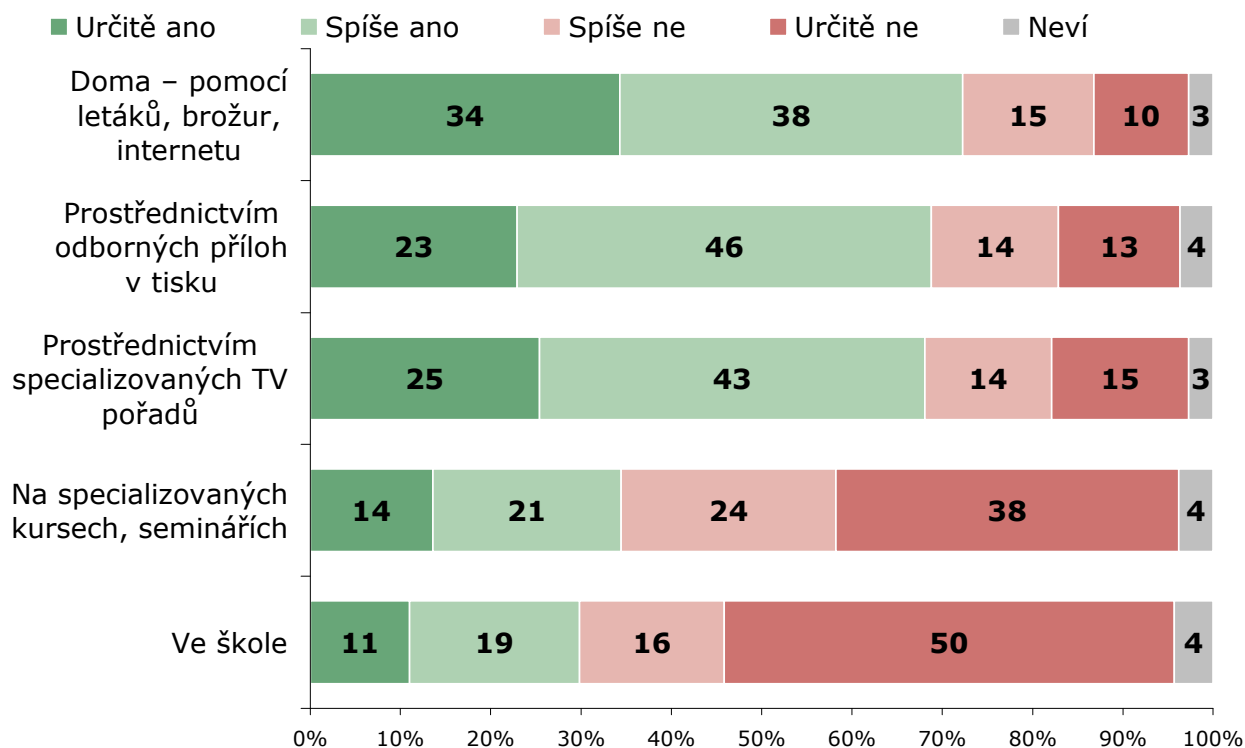


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Převládá zájem o pasivní formu vzdělávání – brožury, internet, odborné přílohy v tisku, TV, o kurzy či semináře by měla zájem cca třetina

Kde a jakou formou byste měl(a) zájem se dále finančně vzdělávat a získávat informace z oblasti financí?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

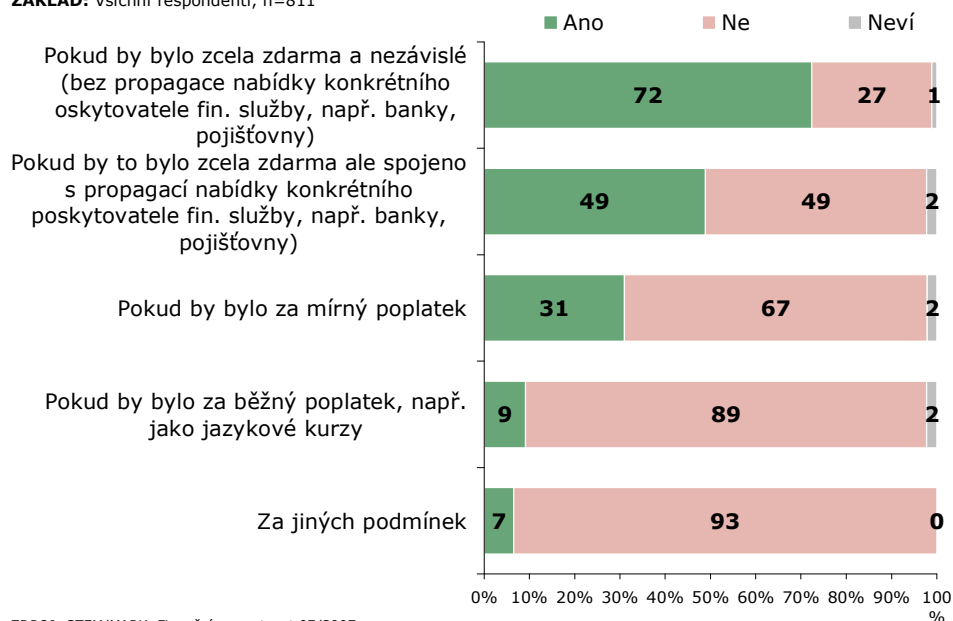


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Organizované vzdělávání: zcela zdarma, nezávislé, případně s propagací poskytovatele, zajišťovat stát nebo finanční instituce

Organizovaného finančního vzdělávání byste se zúčastnil za jakých podmínek?

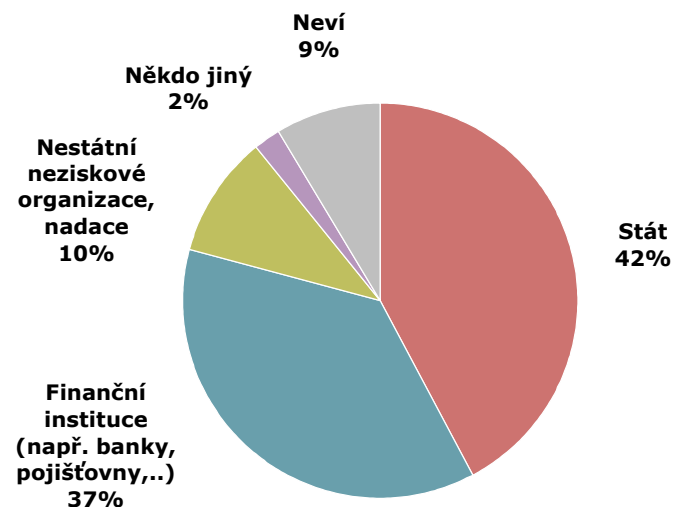
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Který subjekt by podle Vašeho názoru měl zajišťovat finanční vzdělávání dospělých?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007



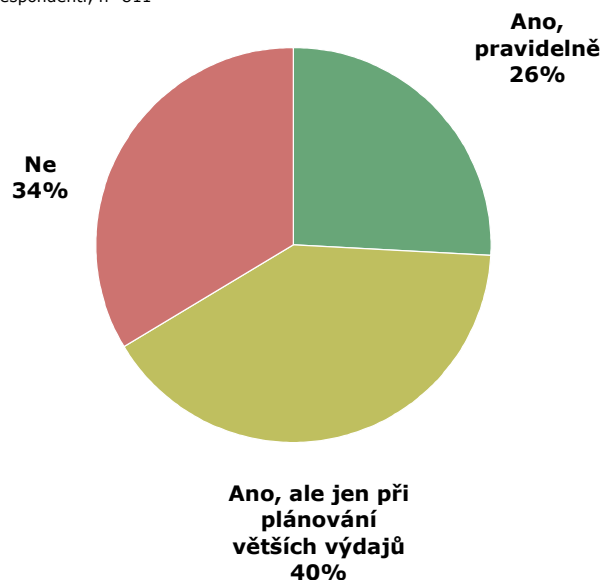
RODINNÝ ROZPOČET A INVESTICE

Rodinný rozpočet	strana 22
Vzdělávání v oblasti tvorby rozpočtu, investic a úvěrů	strana 25
Úvěr	strana 26
Investice	strana 27
Využívané produkty	strana 28

Rodinný rozpočet: 1/4 systematicky, 2/5 jen při větších výdajích, 1/3 vůbec (zbytečnost)

Sestavujete si svůj vlastní rozpočet, případně rozpočet domácnosti?

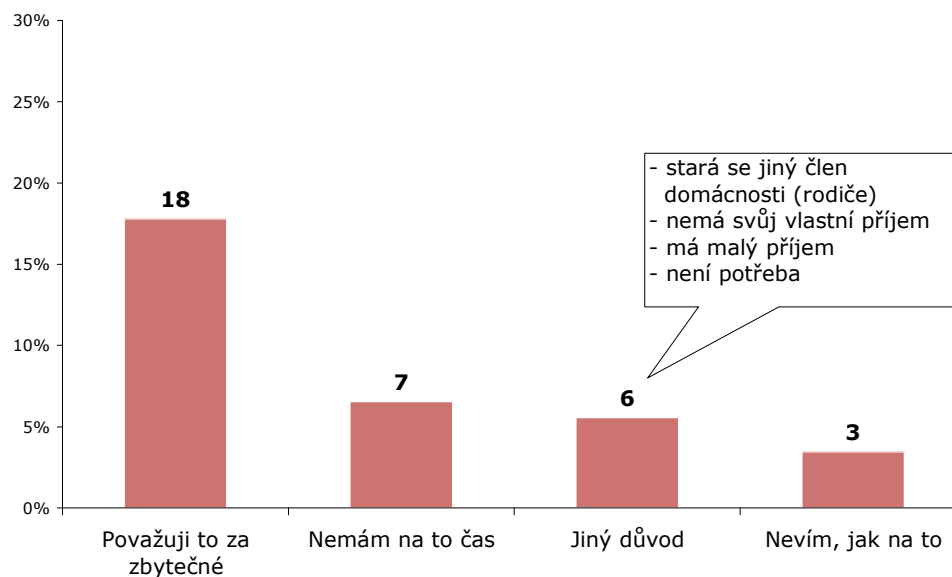
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Pokud ne, z jakého důvodu?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

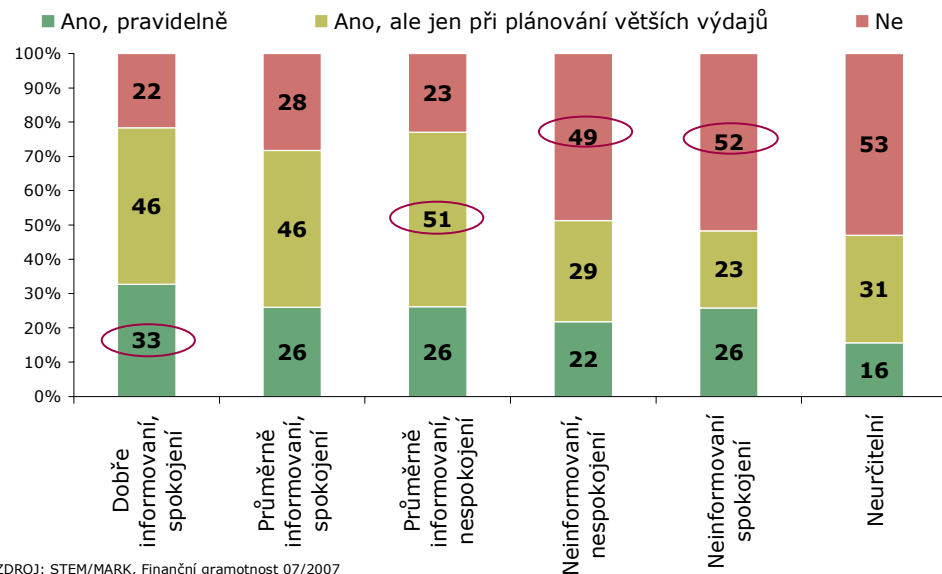


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Pravidelně sestavují rozpočet dobře informovaní, nárazově alespoň částečně informovaní – lidé s vyšším stupněm vzdělání, podnikatelé, zaměstnanci, ženy, věkové pásmo 45-59

Sestavujete si svůj vlastní rozpočet, případně rozpočet domácnosti?

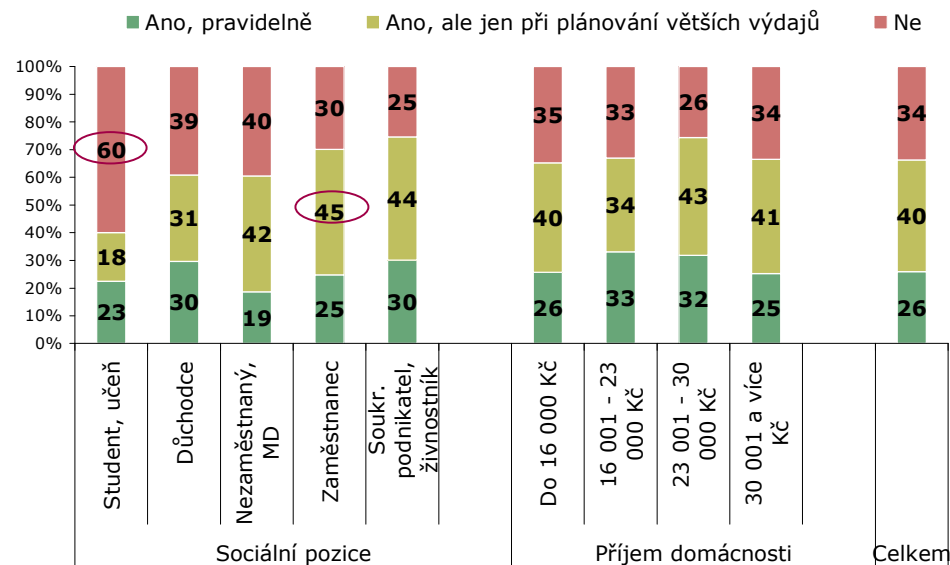
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811
POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Sestavujete si svůj vlastní rozpočet, případně rozpočet domácnosti?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811
POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech

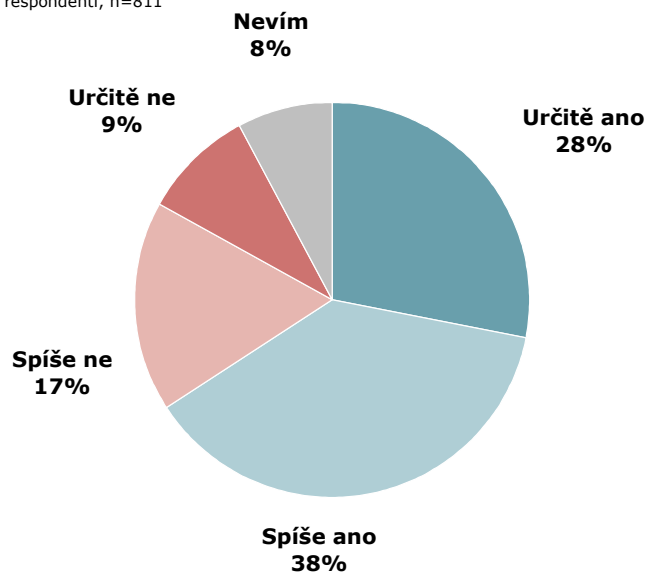


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

2/3 deklaruji tvorbu rozpočtu v případě příslušných znalostí - zpravidla ti, kteří si již rozpočet sestavují

Pokud byste věděl, jak správně sestavit svůj osobní rozpočet, příp. rozpočet domácnosti, začal byste toho využívat?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

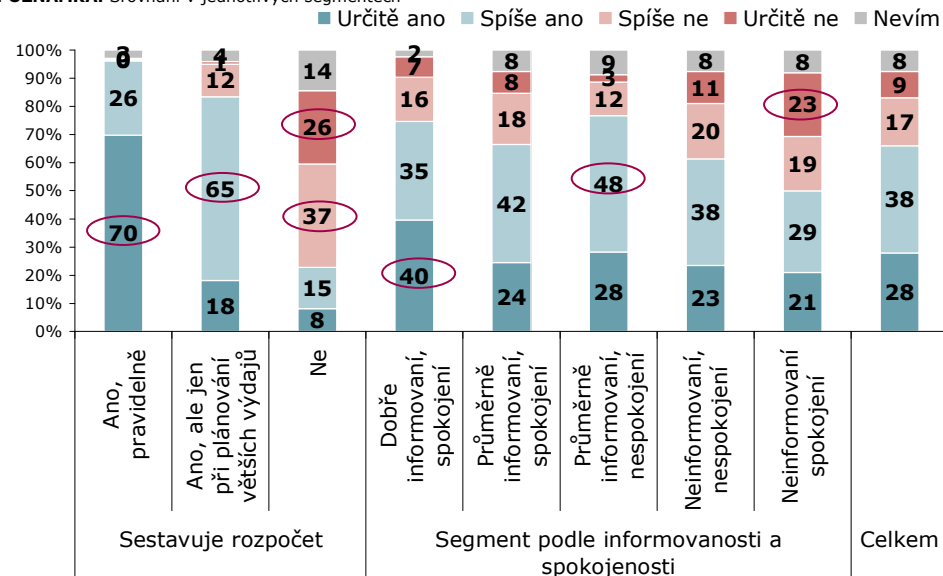


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Pokud byste věděl, jak správně sestavit svůj osobní rozpočet, příp. rozpočet domácnosti, začal byste toho využívat?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech

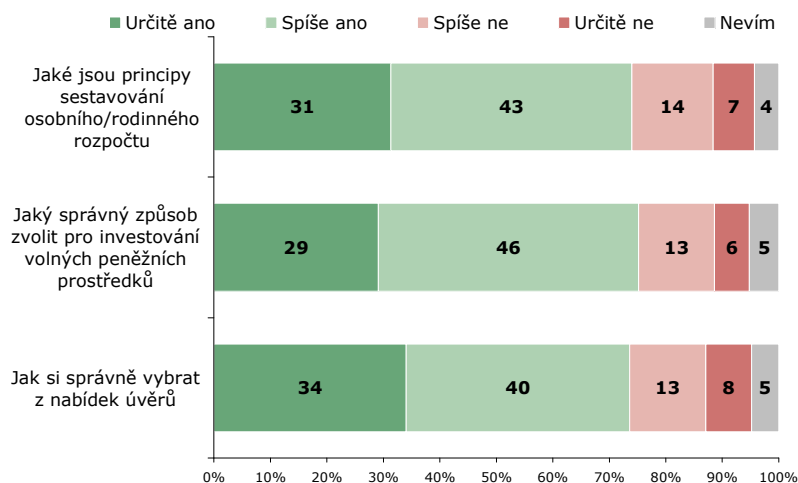


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Vzdělávání v oblasti rozpočtu, investování a úvěrů má širokou podporu, 2/5 jsou pro specializované kurzy

Myslíte si, že by bylo vhodné, aby se žáci ve škole učili

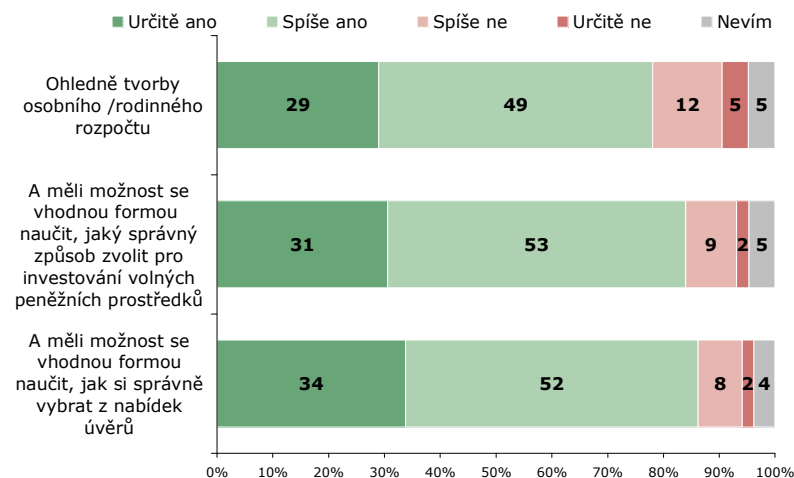
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

A myslíte si, že by bylo vhodné, aby se dospělí nějakou formou vzdělávali

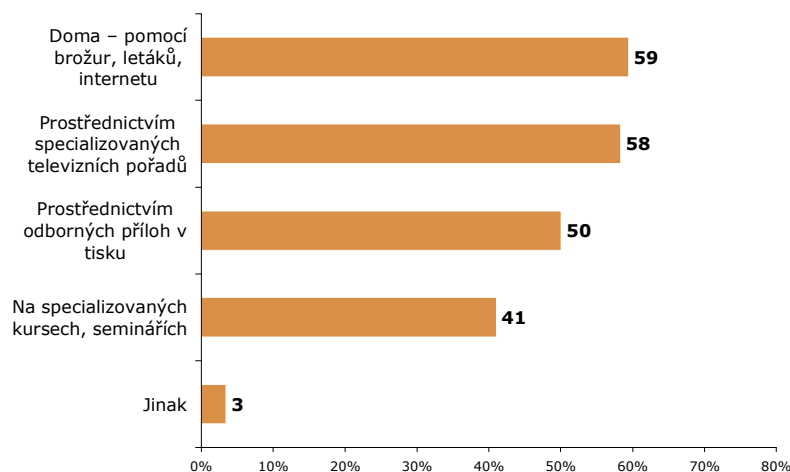
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

A jakým způsobem by se měli dospělí v této oblasti vzdělávat

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

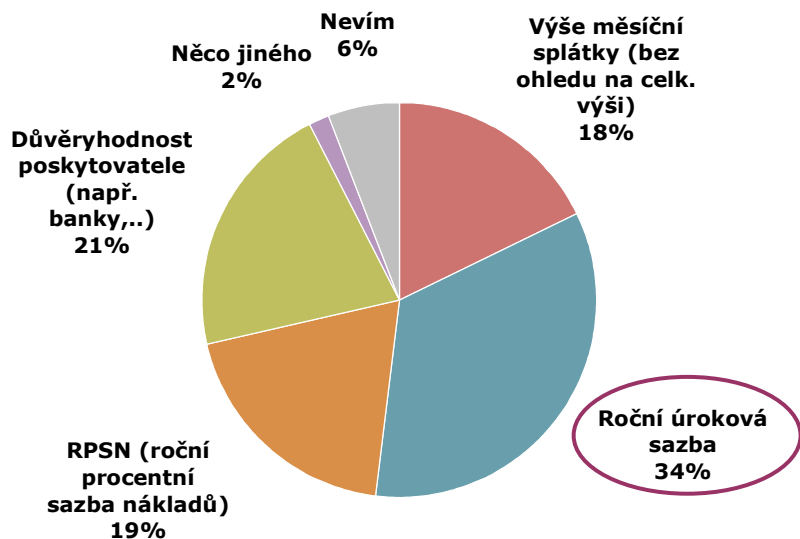


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Nejdůležitější kritérium: roční úroková sazba RPSN zohledňují zejména informovaní, s vyšším vzděláním, muži

Pokud byste si vybíral spotřebitelský úvěr (např. na koupi nové televize nebo pračky), co by bylo nejdůležitějším kritériem?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

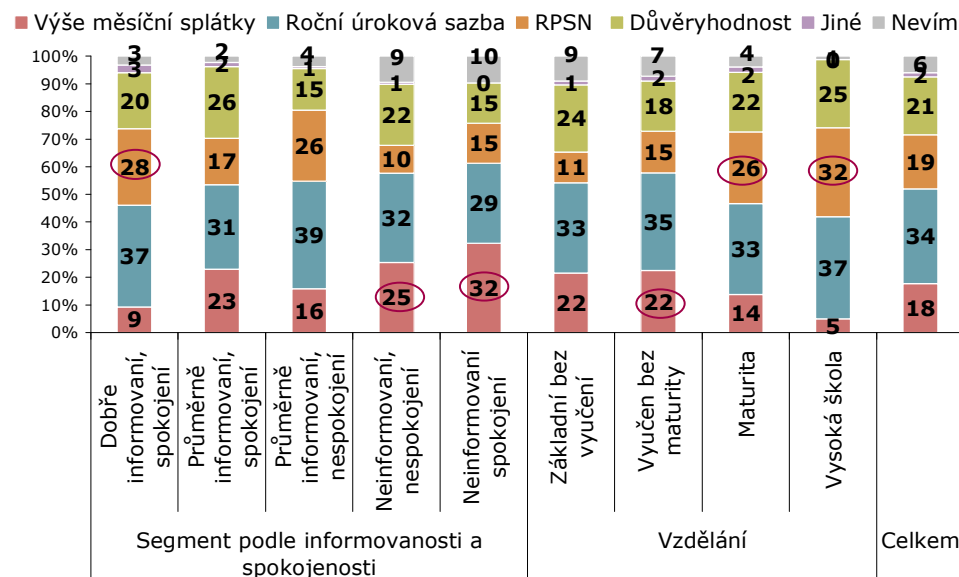


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Pokud byste si vybíral spotřebitelský úvěr, co by bylo nejdůležitějším kritériem?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech



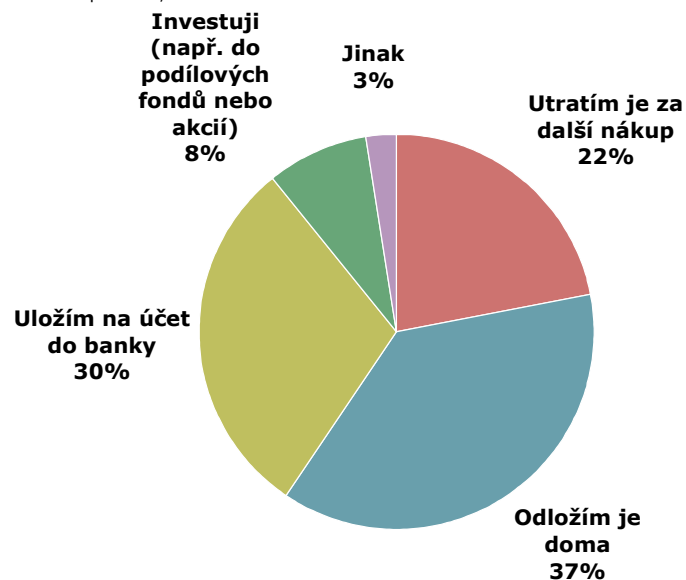
ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Volné prostředky: nejčastěji odloženy doma

S informovaností, vzděláním, příjmem roste schopnost finance alespoň uložit do banky, případně investovat

Jak byste nejspíše naložil(a) s volnými peněžními prostředky ve výši 2 000 Kč, které by vám zbyly v každém měsíci?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

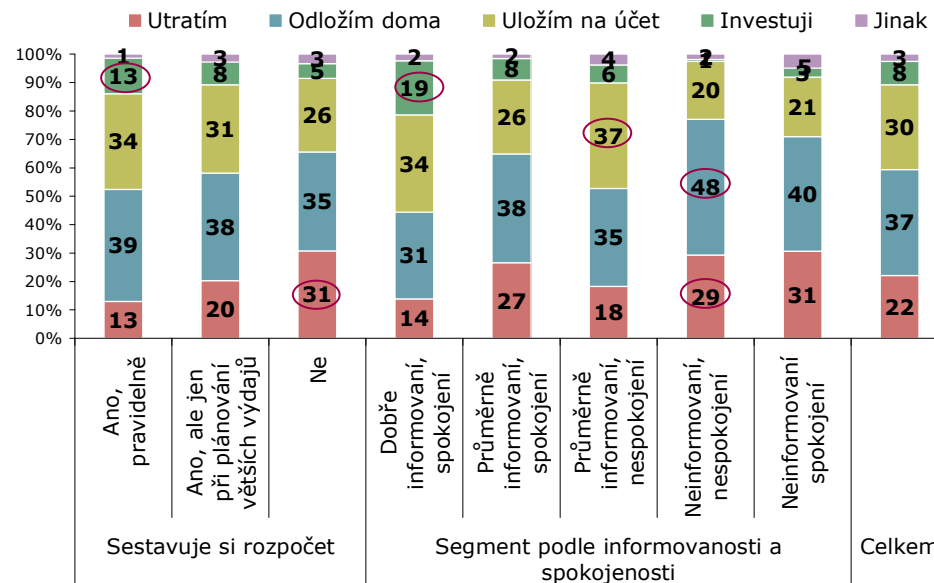


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Jak byste nejspíše naložil(a) s volnými peněžními prostředky ve výši 2 000 Kč, které by vám zbyly v každém měsíci?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

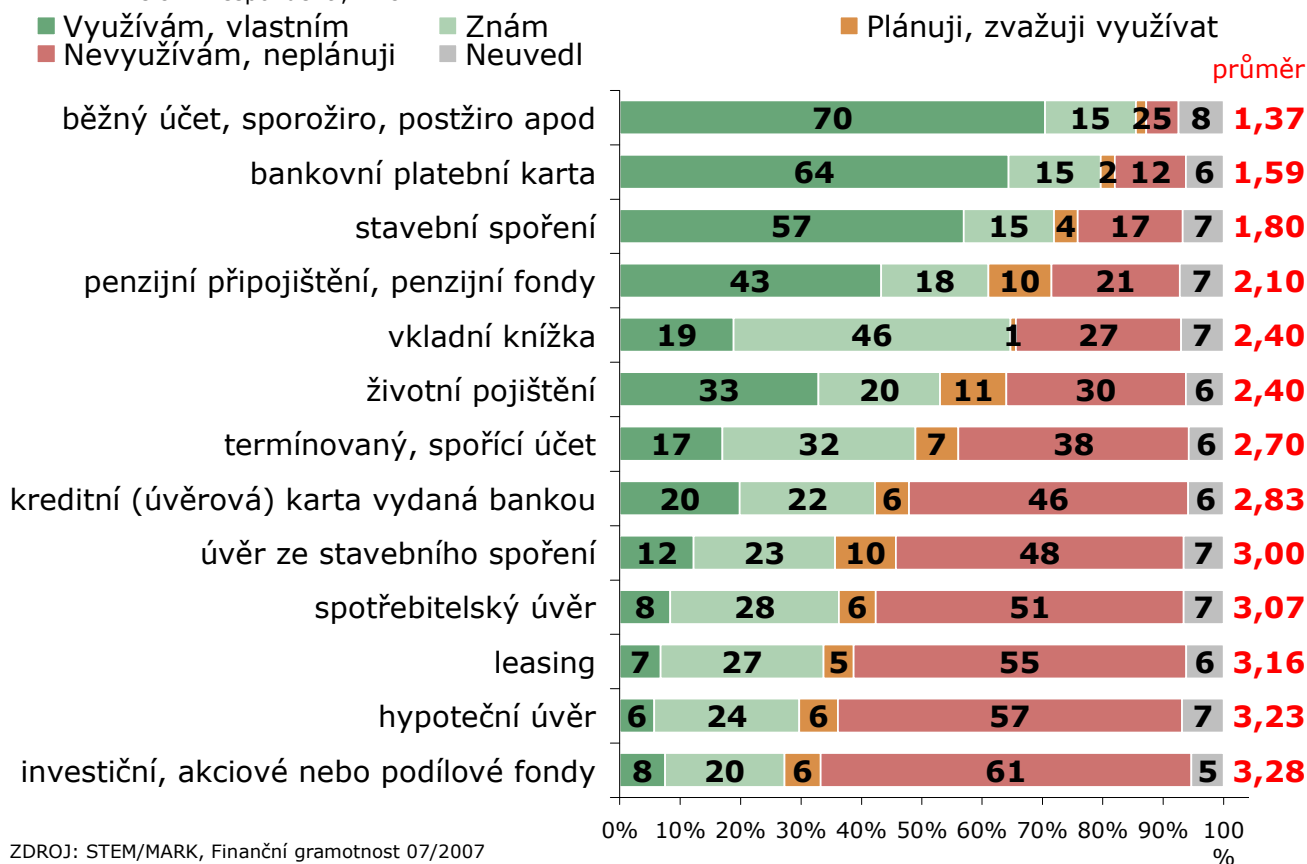
POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech



Nejvyužívanější produkty: běžný účet, sporožiro, platební karta, stavební spoření, penzijní připojištění

Řekněte mi prosím, zda tento produkt znáte, zda jej využíváte nebo jeho využití zvažujete/plánujete

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007



PRAKTICKÉ ZNALOSTI Z OBLASTI FINANCIÍ

Inflace

strana 30

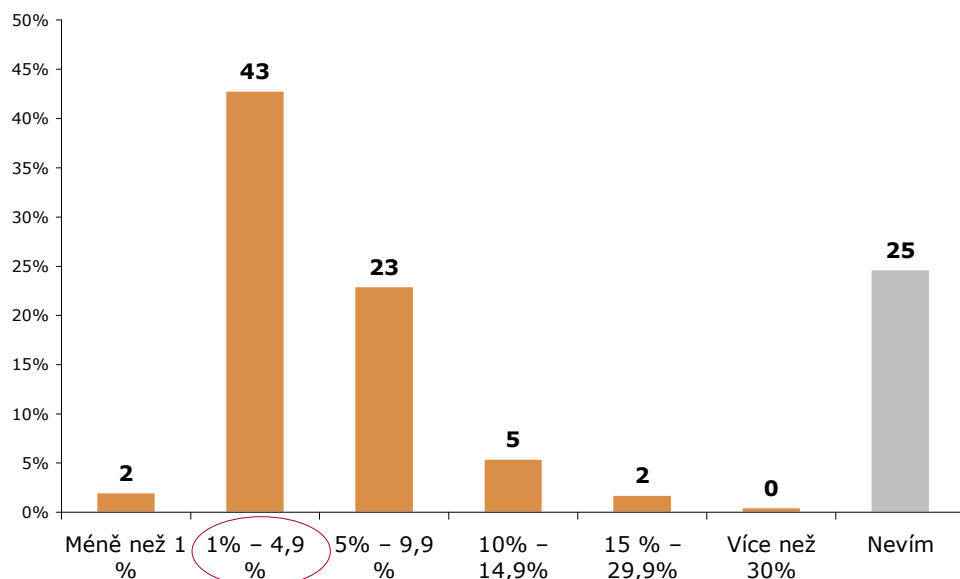
Výnos z investice

strana 31

Správnou míru inflace dokáže určit 43 % populace 18+

Pokuste se, prosím, odhadnout, jaká byla v loňském roce míra inflace v ČR?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811



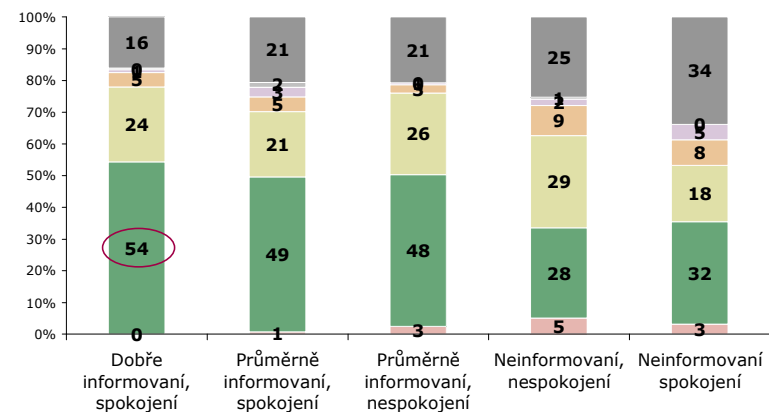
ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Pokuste se, prosím, odhadnout, jaká byla v loňském roce míra inflace v ČR?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech

■ Méně než 1 %
 ■ 1% - 4,9 %
 ■ 5% - 9,9 %
 ■ 10% - 14,9 %
■ 15 % - 29,9 %
 ■ Více než 30%
 ■ Nevím



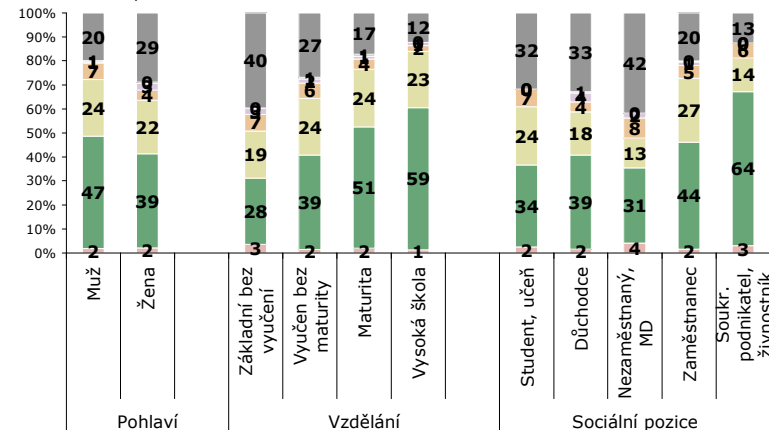
ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Pokuste se, prosím, odhadnout, jaká byla v loňském roce míra inflace v ČR?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých skupinách

■ Méně než 1 %
 ■ 1% - 4,9 %
 ■ 5% - 9,9 %
 ■ 10% - 14,9 %
■ 15 % - 29,9 %
 ■ Více než 30%
 ■ Nevím

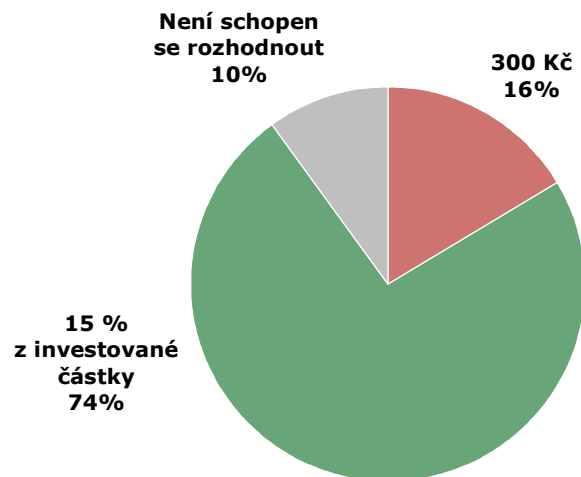


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

1/4 nedokáže určit výnos z investice v %

Představte si , že investujete částku 3000 Kč. Dal(a) byste přednost výnosu 300 Kč nebo výnosu 15% z investované částky?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

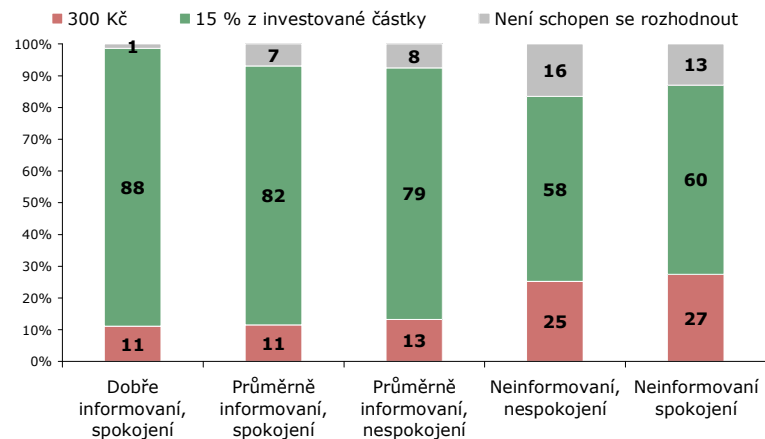


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Představte si , že investujete částku 3000 Kč. Dal(a) byste přednost výnosu 300 Kč nebo výnosu 15% z investované částky?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých segmentech

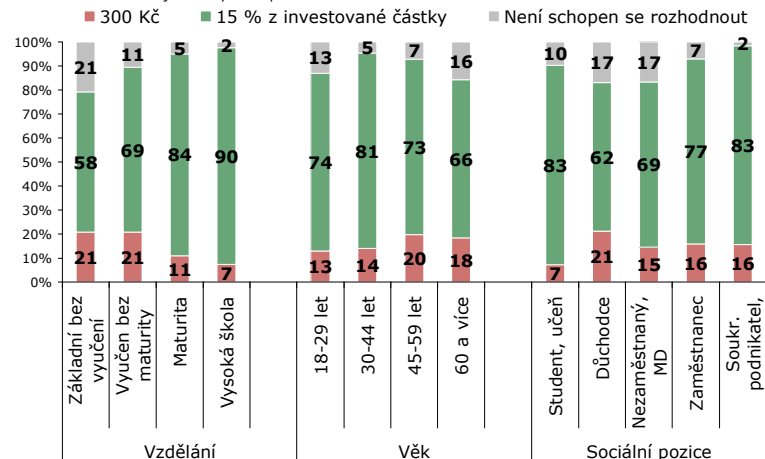


ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007

Představte si , že investujete částku 3000 Kč. Dal(a) byste přednost výnosu 300 Kč nebo výnosu 15% z investované částky?

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=811

POZNÁMKA: Srovnání v jednotlivých skupinách



ZDROJ: STEM/MARK, Finanční gramotnost 07/2007