

Sajtóközlemény

2016. február 10

GfK: a pénzügyi tudatosság életkortól független

2016. február 9.

Tisza Andrea
T: +36 30 619-3361
andrea.tisza@ext.gfk.com

Négyből egy megkérdezett nem bíz a bankokban

A pénzügyi kultúra fejlődése a pénzügyi szektor valamennyi szereplőjének elemi érdeke. A pénzügyi kultúra magába foglalja úgy a pénzügyi összefüggések, folyamatok, fogalmak átlátását és a pénzügyi termékek ismeretét, mint a tudatosságot és a pénzügyi tudás alkalmazásának képességét. A GfK Retail Banking Monitora szerint a hazai felnőtt lakosság pénzügyi kultúra szempontjából megosztott. A pénzügyi műveltség terén az életkor nem, ám a végzettség és a lakóhely döntő lehet.

A GfK negyedévente készülő Retail Banking Monitor elemzése vizsgálja a válaszadók tájékozottságát, bankokkal szembeni bizalmát, hosszú távú pénzügyi céljait, a kockázat elfogadásának mértékét, a termékhasználat megosztottságát, a digitális ügyintézés előnyben részesítését.

Az elemzés szerint a hazai felnőtt lakosság egyharmada nem tartja magát tájékozottnak pénzügyi kérdésekben és ugyanekkora arányban nem ismeri ki magát a pénzügyi termékek körében. Négyből egy megkérdezett nyilatkozott úgy, hogy nem bíz a bankokban és a lakosság negyede ért azzal egyet egyértelműen, hogy inkább otthon tartja a pénzt mondván, ott nagyobb biztonságban van a megtakarítása, mint a pénzintézeteknél. Mindazonáltal háromból egy válaszadó mondta azt, hogy mielőtt pénzügyi döntést hoz, gondosan tájékozódik és így igyekszik a számára legmegfelelőbb döntést meghozni. Minden második felnőtt számára fontos, hogy biztosítással rendelkezzen és szintén minden második válaszadó nyilatkozott úgy, hogy fontos számára a digitális pénzügyi csatornákat elérni.



GfK Hungária
Piackutató Intézet
1077 Budapest
Wesselényi u. 16.
A épület, IV. emelet
Magyarország

Levelezési cím:
1391 Budapest 62
Pf. 220

Tel. +36 1 452 3050
Fax +36 1 320 1776
www.gfk.com
www.facebook.com/gfkhungaria

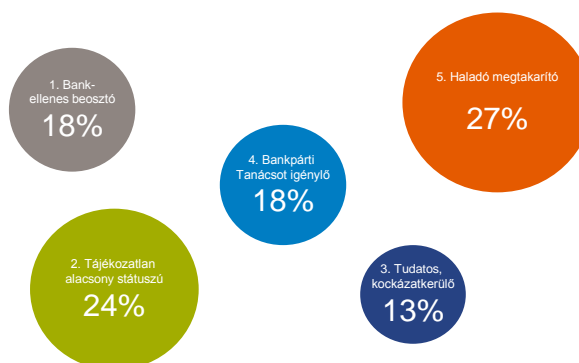
Igazgató
Kozák Ákos PhD

Pénzügyi tudatosság szempontjai tekintetében azonban a felnőtt lakosság megosztott: a GfK szakértői által képzett csoportokban az egyes szempontok más és más súllyal érvényesülnek. A két legnagyobb csoportot a két véglet alkotja: a megkérdezettek 27 százaléka ún. haladó megtakarító, míg 24 százalékuk pénzügyi ismeretek és attitűd alapján „tájékozatlan alacsony státuszú”.

A „Haladó megtakarítók” jellemzően magasabb végzettségűek, az átlagosnál magasabb jövedelemmel rendelkeznek, főként nagyvárosban és a fővárosban élnek.

A megkérdezettek egyharmada különösen megbízik a bankokban – ők a „bankpárti tanácsadást igénylők” és a „tudatos, kockázatkerülő” csoportok

Pénzügyi tudatosság szegmensek – 2015.



© GfK | Budapest, 2015. november | Pénzügyi Marketing Klub

7

tagjai.

Forrás: Retail Banking Monitor, GfK

„A nemzetközi adatokból látjuk, hogy a magyar lakosság pénzügyi műveltsége a nemzetközi átlagnak megfelelő. Viszont a tényleges pénzügyi tudás még nagyon messze van a kívánatostól. Pénzügyi tudatosság szempontjából az életkor sajnos nem számít, nagyon hasonló ismeretszintet látunk a fiatalabb és idősebb személyek körében. Ellenben a végzettség és a lakóhely döntően befolyásolhatja az ez irányú tudatosság szintjét– állítja Schauermann Péter, a GfK pénzügykutatói szakértője, és hozzáteszi: „A kutatási adatokból látjuk azt is, hogy a pénzügyi műveltség szintje nem emelkedett érdemben az elmúlt öt évben.” A szakember szerint „úgy tűnik, hogy a szülők nem tudják továbbadni a tudást, és gyakran nem is beszélnek ilyen kérdésekről a gyerekekkel, akik így otthon sem találkoznak e téma mélyebb összefüggéseivel. Ez pedig sajnos azt vetíti előre, hogy a pénzügyi tudás, műveltség javulása külső behatás, oktatás nélkül nem várható a fiatalabb korosztályokban.”

A vizsgálat alapján a bankok és biztosítók számára a tanácsadás minősége akár megkülönböztető jeggyé válhat. A biztosításellenesség a lakosság körében mérsékelt, ami jó hír lehet a biztosítók számára annak ellenére, hogy az alacsony kamatok hatására a többség inkább otthon képez megtakarítást.

A kutatók ugyanakkor a digitális csatornahasználat fejlődésére számítanak az elkövetkező években azzal, hogy az ismeretek hiánya gátat jelent a bonyolultabb pénzügyi műveletek online intézésénél. „Bár az online csatornák szerepe folyamatosan nő pénzügyi téren, komolyabb döntéseket a lakosság nem mer pusztán a számítógép előtt meghozni. A szakértői tanácsadásra továbbra is nagy igény mutatkozik, ami egyben lehetőséget is jelent a pénzügyi szektor számára az ügyfelek ismereteinek bővítése és

a megfelelő termékek felajánlásának vonatkozásában” – jelzi Schauermann Péter.

A GfK-ról

A GfK megbízható forrásként, releváns piaci és fogyasztói információkkal segíti ügyfeleit sikeres üzleti döntéseik meghozatalában. 80 évnyi tudományos tapasztalatunk meghatározza több mint 13 000 elkötelezett szakértőnk mindennapi munkáját. Globális megoldásaink, valamint helyi piaci ismeretünkön alapuló insightjaink képezik szolgáltatásunk alapját világszerte több mint 100 országban. Innovatív technológiáink és kutatási megoldásaink alkalmazásával adatainkat insightokká alakítjuk, így biztosítva ügyfeleink számára, hogy versenyelőnyhöz jussanak, és széleskörű ismeretekkel rendelkezzenek a fogyasztó viselkedéséről és döntéseiről. További információért kérjük, látogassa meg a www.gfk.com/hu oldalt.