



Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu

Finanční gramotnost

Bc. Bohdana Jinochová

im2

Obsah

Úvod	2
Představení.....	2
Vlastní zkušenost.....	3
Krizová situace.....	4
Hodnocení	5
Návrh řešení	5
Závěr	8
Zdroje	9

Úvod

„Včera jsem si uzavřela ten jejich účet na spoření, nabízeli 2 % úrok na první tři měsíce a ještě dárek k tomu. To je dobrý, ne? Mohla jsem si vybrat plyšáka, ručník, lísky do kina, kalendář nebo hodinky. Když si vezmu, že tam uložím 10 000 Kč a oni mi každý měsíc připsou 200 Kč, za tři měsíce je to 600 Kč. To je určitě lepší než to nechat na klasickém účtu,“ chlubila se paní okolo padesáti let své kamarádce u oběda ve stejné restauraci, ve kterém jsem právě obědvala. Reakce druhé o něco mladší paní mě již podruhé šokovala: *„To je fajn. Asi se tam také stavím, když bych tam převedla 100 000 Kč, ta částka by byla ještě větší, a když je to zadarmo. To bych musela být úplně blbá! A když mi dají i dárek.“*

Není slušné poslouchat cizí hovory, ale v tu chvíli jsem nevěděla, jestli se mám smát nebo brečet! Copak je finanční gramotnost v České republice, tak strašně mizerná?

Představení

Výše popsaná situace není vymyšlená ani přibarvená, ale skutečně se mi přihodila. Dokončovala jsem svoje bakalářské studium na fakultě Informatiky a managementu na Univerzitě v Hradci Králové a uběhlo pár dní, kdy jsem byla povýšena na vedoucí pobočky v Pardubicích jedné zahraniční banky. Absolvovala jsem řadu školení, kde jsem musela prokázat znalost pojmů a vazeb z finanční, bankovní či ekonomické sféry.

Ano, i já, již jako ostřílená vysokoškolačka jsem některé pojmy nedokázala přesně definovat a vysvětlit, a proto jsem za tuto zkušenost, která mě donutila projít si všemi strastmi bankovníctví, ráda. Řekněme si narovinu, žádný učený z nebe nespadl a člověk se pořád učí, ať mu je 6 let či 70.

Náplní mé práce bylo nabízení a uzavírání klientům bankovní produkty, konkrétně spořicí účty, zvýhodněné a termínové vklady, fondy a samozřejmě i běžná administrativa v rámci pobočky a zajisté také objasňování některých pojmů a situací v bankovníctví. Stejně jako v běžném

životě jsem se za dobu působení v bance setkala s různě vzdělanými a sociálně postavenými klienty. Za tu dobu jsem se snažila se všemi dohodnout a najít společné řešení.

Ovšem nastaly i situace, kdy jsem byla prostě zoufalá....

Vlastní zkušenost

Nenastal den, aby mně nebo kolegům či kolegyním nepřišel do práce klient, který by nám vyvrátil názor o nízké úrovni finanční gramotnosti lidí v naší republice. Od nějakých přibližně 18 let máváme nad hlavami platební kartou a u pokladen hrdě platíme „bezkontaktně“. Ovšem pak nastanou situace, že vlastně ani nevíme, jestli v peněžence nosíme kartu kreditní či debetní. Nebudu zmiňovat ani situaci, že mnozí netuší, zda si uzavřeli účet běžný či spořicí, a co teprve jaký význam má slovo úrok. Či dokonce fakt, že existuje rozdíl mezi úvěrem a hypotékou.

Denně jsem slýchala tvrzení *„Vždyť je to jedno. Hlavně, když mám na účtu peníze,“* či: *„Nepůjčíte mi vy, půjčíte mi peníze někde jinde a ještě rádi.“*

Otázky typu, proč mi byl na účet připsán menší úrok, než jsem si spočítal či proč musím platit srážkovou daň, byly na denním pořádku a již po měsíci v bance mě ani mé kolegy nepřekvapovaly.

Nezáleželo na věku, pohlaví, sociálním postavení či barvě očí, ale nezažila jsem klienta, který by mi narovinu přiznal, že nerozumí nějakému bankovnímu pojmu. Radši se vůbec nezeptal, co to znamená a jen jako cvičená opička kýval hlavou a taktně mlčel.

Proč jsme národ hrdých lidí, kteří nepřiznají, že něco neví? Od čeho zaměstnavatelé utrácejí peníze, aby zaplatili odpovídající a kvalitní školení mě a mým kolegům? Proč se nacházejí na pobočkách kvalifikovaní zaměstnanci? Nebylo by jednodušší, aby tam seděly plyšové hračky a klient se nemusel bát, že bude muset přiznat, že něčemu nerozumí či že něco neví?

Před každým podepsáním jakékoli smlouvy jsem klientovi nabídla, aby se podíval a přečetl všeobecné a obchodní podmínky. Bohužel jsem se setkala vždy s odmítnutím, že mi věří a nepotřebuje si číst nezajímavé články. Další v pořadí byla otázka, zda je mu vše jasné či mu mohu něco

vysvětlit. Opět záporná odpověď. Vše je jasné, vše je zřejmé. Proto se vždy našel nějaký klient, který druhý den přišel, že se nemůže dostat do internetového bankovníctví, neví pin, neví heslo, neví klientské číslo, netuší, kdy se mu připíše první úrok, nezjistil, do kdy musí poslat první peníze na účet a spoustu dalších otázek.

Mohu dát ruku do ohně za sebe a své kolegy, že s každým klientem byl probrán bod po bodu podmínek a závazků před podpisem smlouvy.

Krizová situace

Pokud již nastal nějaký problém, kdy klient netušil jak se připočítávají úroky, neznal co znamená p.a., nevěděl, že běžný a spořicí účet není to stejné či se mu stala nějaká jiná „nepochopitelná“ věc, přišel si stěžovat na pobočku.

Nebudu říkat, že naše práce byla 100 %, splést se může každý, ale z 98 % chybu zapříčinila finanční negramotnost klienta či lenost a pohodlnost se zeptat či přiznat, že vůbec netušil, co mu zaměstnanec banky říká a vysvětluje. Samozřejmě téměř nikdo nepřiznal vlastní chybu a já nebo mí podřízení byli „lháři, zloději, podvodníci“, vulgární pojmenování vynechám, ač jsme se s nimi setkávaly velmi pravidelně.

Ano, všimli jste si správně! Za chybu vždy může poskytovatel služby! Ať se děje, co se děje, zaměstnanec pobočky banky je prostě první na ráně. Většina lidí neumí přiznat vlastní omyl, a proto hledá chybu jinde. Je přece jasné, že potřebujeme najít toho správného viníka! Nejčastější výmluva klientů byla „Váš kolega mi to neřekl“, „to jsem nikde nečetl“, „to jsem ani netušil“ apod. A ano, jsme u těch našich všeobecných a obchodních podmínek. Kdo je při uzavírání smlouvy odmítl otevřít a přečíst těch pár stránek? Kdo před podepsáním odkýval, že je mu vše jasné a všemu rozumí? Kdo se nechtěl již na nic zeptat? Zapomněla jsem zmínit, že nemalé procento klientů při uzavírání nějakého bankovního produktu nervózně poklepávalo nohou či několikrát sledovalo hodinky na zápěstí, protože na sepsání smlouvy o bankovním produktu si vyzvalo například jen 5 – 10 minut,

takže vlastně není ani čas zjišťovat všechny informace o produktu, který podepisuji. Důležité přece je, rychle podepsat a zmizet z pobočky banky.

Hodnocení

Neustále kolem sebe poslouchám, jak finančně negramotná je ta dnešní mládež. Ovšem z vlastní zkušenosti mohu říci, že tento problém se týká všech věkových kategorií. Nechci všechny lidi házet do jednoho pytle, ale mezery v základních finančních pojmech, měli jak 18letí studenti, tak i 50letí pracující. Samozřejmě, jsou kolem nás lidé, kteří mají přehled, nenechají se napálit a vše si před podpisem jakékoliv smlouvy pořádně přečtou a rozmyslí.

Jak ale „ochránit“ ty ostatní?

Návrh řešení

Člověk nerad přiznává svoji nevědomost či chybu, proto řešení musí být takové, aby nikdo neměl pocit, že je shazován a zesměšňován za svoji nevědomost.

1) Brožury

Lidé by si mohli při návštěvě jakékoli banky zdarma vzít brožuru, kde by byly vysvětleny základní pojmy a vztahy mezi finančními pojmy. Povinně by si ji musel odnést domů každý klient, který by chtěl uzavřít jakýkoli bankovní produkt. Neovlivníme, zda člověk brožuru projde a nastuduje, ale i nepatrný pokus by mohl přispět k zvýšení povědomí a především vzdělanosti v tomto odvětví.

2) Poradenské centrum v každém větším městě

Možnost zeptat se v případě, že nerozumím co je pro mne nejlepší. Tuto službu by měli vykonávat i tzv. „finanční poradci“, ovšem toto zaměstnání se změnilo spíše v odstrašující „nutiče“. Bylo by nutné, aby tato služba byla poskytována zdarma, aby byla pro případné klienty přijatelnější. Tento druh pomoci ve finančních

situacích by mohl být dále rozšířen o telefonní služby, kdy by člověk mohl zavolat a poradit se po telefonu v případě, že je zrovna v situaci, kdy se nemůže rozhodnout.

3) Vstup v televizi

Účinnější, ale zřejmě finančně nákladnější řešení, bych viděla v televizním spotu. Nejlépe ve večerních hodinách před nebo v rámci televizních novin. Každý den by se mohl vysvětlit určitý pojem využívaný v ekonomice, financích či bance. Každé vysílání tohoto spotu by bylo umístěno na webovou stránku televize, která by se do propagace finanční gramotnosti zapojila, aby bylo možné spot opakovaně pustit či vyhledat.

4) Soutěže

Jsme velice soutěživý národ, proto jedna z velice silných stránek by mohla být televizní soutěž či pořad, kde by lidé soutěžili právě v ekonomickém hospodaření, v praktikování určitých pojmů a situací do běžného života. Se sledováním těchto pořadů by se mohla nenásilně zvýšit finanční gramotnost nejen u soutěžících, ale pasivně i televizních diváků. Výhrou by byl samozřejmě finanční obnos či věcná odměna.

5) Přednášky studentů VŠ ekonomických směrů pro veřejnost

Asi nejméně nákladné řešení bych viděla v přednáškách studentů, kteří studují na vysokých školách ekonomii. V rámci praxe by mohli přednášet veřejnosti právě základy finanční gramotnosti, aby rozšířili povědomí o této sféře veřejnosti a zároveň si sami zopakovali některé pojmy a definice.

6) Zařazení pojmů a situací do novin (Metro, regionální tisk aj.)

Další možností by bylo využití médií v podobě tisku, ať už by se jednalo o celorepublikové či regionální noviny. Mohla by být v každém čísle, v rámci podporování finanční gramotnosti, věnována stránka, kde by byly postupně objasňovány pojmy a vazby v dané problematice.

7) Poučná videa na internetu (viral)

Nejsilnější formu podpory finanční gramotnosti vidím v internetu. Je to nejlepší druh šíření informací, a pokud se pomocí internetu mohou šířit fotky, zábavná videa, příběhy, články, proč by se nemohl využít k podpoře vzdělanosti veřejnosti v rámci finanční gramotnosti? Většina lidí tráví u internetu několik minut až hodin denně, tak proč nevyužít této možnosti a nevytvořit virální videa, která by e nenásilně mohla šířit internetem. Samozřejmě by muselo jít o vtipné a poutavé video, pokud by to bylo pojato formou přednášky či školení, je jasné, že by většina lidí video po pár vteřinách vypla a už se k němu nikdy nevrátila. Video by nemělo být moc dlouhé, ale mělo by objasnit to základní a především důležité.

8) Kampaně pomocí veřejně známých osobností

Znamé osobnosti dělají reklamu na krém proti vráskám, na auto, na rakovinu, na dovolenou, na jogurt, tak proč by nemohl být využit „známý“ obličej i pro vzdělání? Když si představím některého herce, který by zábavně, poutavě a zároveň poučně prezentoval, jak je důležité a orientovat se ve finanční sféře, aby člověk věděl a nebyl napálen, myslím, že je to další možnost, jak stáhnout lidi, aby pro svoje vzdělání něco dělali.

Je zřejmé, že se známým obličejem reklama stoupá, a proč tedy někoho „známého“ nevyužít i při této příležitosti?

Závěr

Nezáleží na tom, který způsob se k zlepšení finanční gramotnosti v České republice použije. Záleží spíše na tom, zda bude člověk sám ochoten se něco dozvědět a něčemu se naučit. Důležité je, aby i podpora tohoto vzdělání byla zdarma. Nemyslím si, že jsme národ, který by dobrovolně (až na výjimky) vyhazoval peníze za vzdělání, a kór v tomto případě, kdy si spousta lidí řekne, že vlastně znalosti v tomto odvětví vůbec nepotřebuje. Ale bohužel lidé nebudou ochotni za toto vzdělání platit, proto zvyšování finanční gramotnosti musí probíhat zdarma nenásilnou formou, která si získá každého člověka v České republice.

Myslím, že tento problém se hlavně týká lidí, kteří již nenavštěvují žádný stupeň školy a nemají tedy možnost ještě využít studia či přednášky finančního zaměření. Studentům, kteří aktuálně studují na základních i středních školách, je jednoduché naplánovat studium předmětu, který by se zabýval finanční gramotností. Ovšem co lidé, kteří již chodí do práce či jsou doma s dětmi a tuto možnost již nemají? Neměli bychom tuto situaci plavat, ale soustředit se na ni! Nízká finanční gramotnost nesouvisí pouze s finančními problémy člověka, který se nechal napálit či situaci nedomyslel. Na finanční situaci mohou navazovat i zdravotní problémy, které jsou způsobeny stresem z této situací či v některých případech tragickým koncem, kdy si člověk kvůli špatné finanční situaci, kterou zapříčinila například neschopnost splácet, sáhne i na život. Nebuďme lhostejní k této situaci! Začneme zvyšovat finanční gramotnost pomocí různých způsobů a vyberme ten nejlepší a nejefektivnější. Je jasné, že výsledek se nedostaví za pár dní, ale bude to běh na dlouhou trať.

Věřím, že pokud nebudeme lhostejní k této situaci, v budoucnu se mi již nestane, že si někdo nebude umět spočítat správně úrok. Nepoplete

si úvěr a hypotéku a dokonce pozná, zda má v peněžence kreditní či debetní kartu. Pojďme společně zvýšit finanční gramotnost v České republice!

Zdroje

Vlastní zkušenosti v rámci práce v bankovníctví