

Barometr Finansowy ING

Badanie ING na temat postaw, zachowań i wiedzy konsumentów na temat finansów

Wybrane wyniki badania przeprowadzonego dla Grupy ING przez
Epiphany Research Based Consultancy

10 stycznia 2010

INSURANCE - BANKING - ASSET MANAGEMENT



BE GOOD AT MONEY

Grupa ING od października do grudnia 2010 r. prowadziła globalną kampanię „Be Good at Money”, promującą wizerunek ING jako instytucji ułatwiającej zrozumienie i korzystanie z usług finansowych. W Polsce w ramach działań promocyjnych na warszawskim lotnisku Okęcie stworzono strefę „ING Internet Gate”, w której pasażerowie mogli bezpłatnie skorzystać z dostępu do internetu.

Jako kolejny element kampanii „Be Good at Money” Grupa ING zleciła przeprowadzenie badania mierzącego „inteligencję finansową” konsumentów oraz jej wpływ na zachowania i postawy wobec zagadnień finansowych.

W badaniu wzięło udział 5 tysięcy respondentów z 10 krajów w Europie, Ameryce i Azji.





Ameryka

Stany Zjednoczone oraz Meksyk



Europa

Holandia, Rumunia, Polska
Belgia oraz Hiszpania



Azja

Indie, Korea oraz Japonia

- Badanie internetowe (panelowe) na próbie $n=5000$ osób (Polska $n=500$). Próba została dobrana pod względem rozkładu wieku, płci oraz dochodu w danym państwie (dane dla Polski pochodzą z GUS – stan na 2009 r.)
- Badanie przeprowadzone w okresie 5-23 listopada, 2010; średni czas trwania badania to 21 minut
- Badanie przeprowadzone w języku danego kraju
- W Indiach badanie przeprowadzono metodą CAPI (*computer assisted personal interviews*)

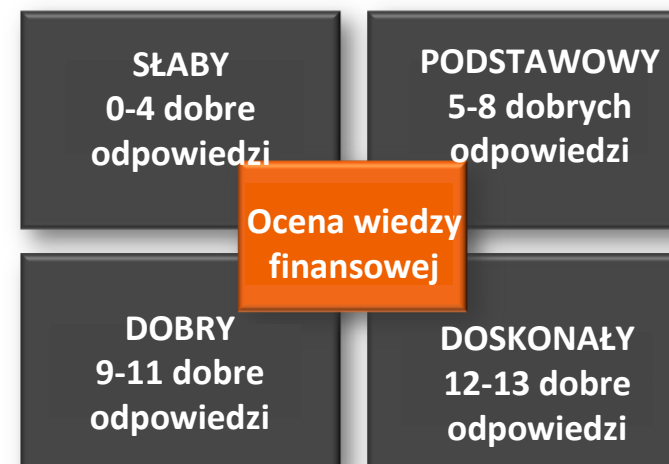
Badanie „Barometr Finansowy ING” składa się z dwóch części poświęconych:

- wiedzy konsumentów na temat finansów (quiz finansowy)
- zachowaniom i postawom konsumentów wobec zagadnień finansowych.

Quiz finansowy miał na celu zbadać stan wiedzy konsumentów dotyczącej finansów. Respondenci musieli odpowiedzieć na 13 pytań o różnym stopniu trudności n.p.:

Tomasz kupił produkt finansowy, za pomocą którego pożyczyciel pieniądze firmie. Jaki to produkt?

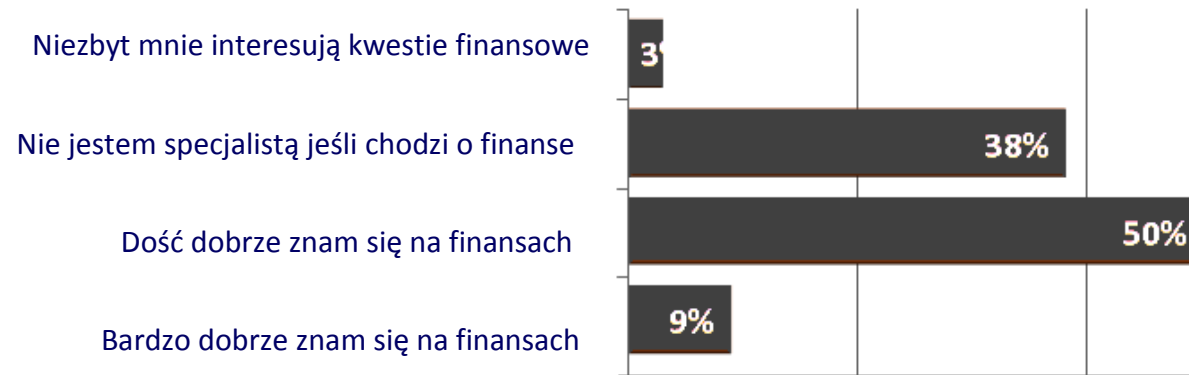
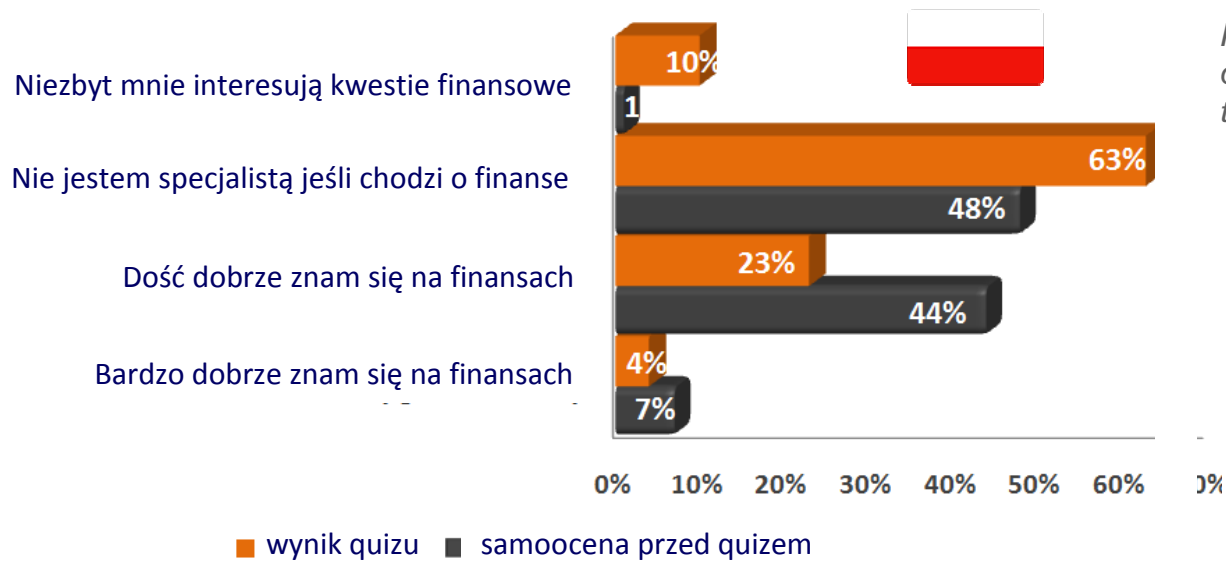
1 tys. zł zaoszczędzony każdego roku przy 5% zysku, w ciągu 30 lat wzrośnie do 71 tys. zł. Gdyby miał Pan / Pani tylko 15 lat, aby zgromadzić taką samą kwotę, ile musiałby Pan / Pani odkładać co roku?



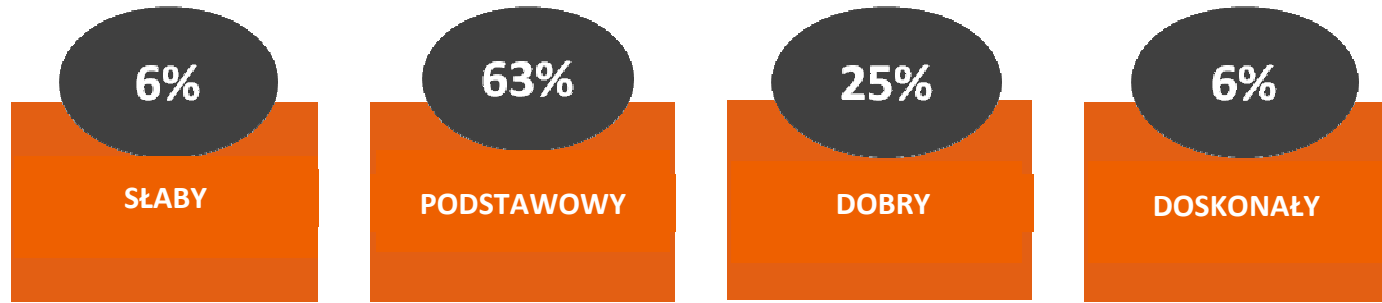
Barometr Finansowy ING

Wyniki quizu finansowego

Polacy wiedzą mało, ale oceniają się wysoko

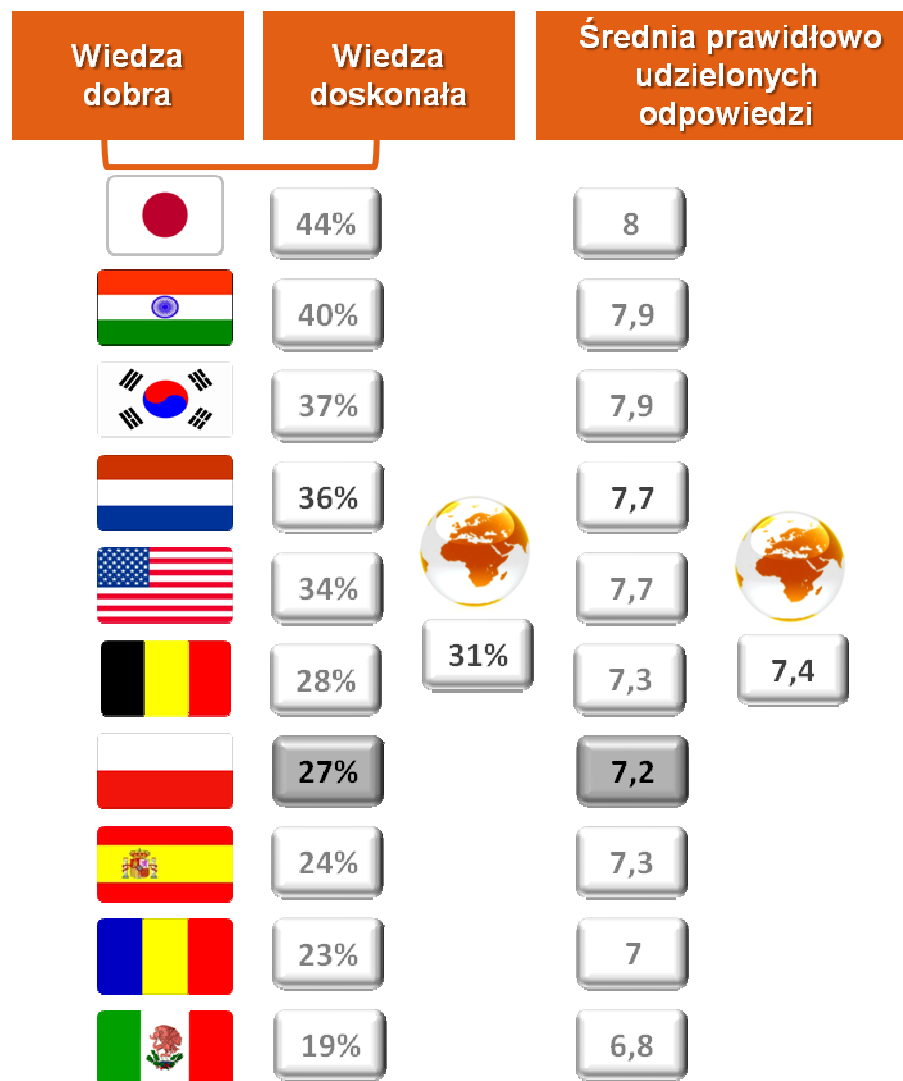


A jak wyglądamy na tle innych?



	WIEDZA SŁABA	WIEDZA PODSTAWOWA	WIEDZA DOBRA	WIEDZA DOSKONAŁA		WIEDZA SŁABA	WIEDZA PODSTAWOWA	WIEDZA DOBRA	WIEDZA DOSKONAŁA
	5%	62%	27%	7%		6%	58%	29%	7%
	10%	71%	16%	3%		6%	69%	21%	3%
	8%	69%	20%	3%		10%	63%	23%	4%
	4%	52%	36%	8%		7%	66%	23%	5%
	3%	60%	26%	11%		4%	57%	27%	13%

Dobry wynik uzyskał tylko co czwarty respondent z Polski



Barometr Finansowy ING

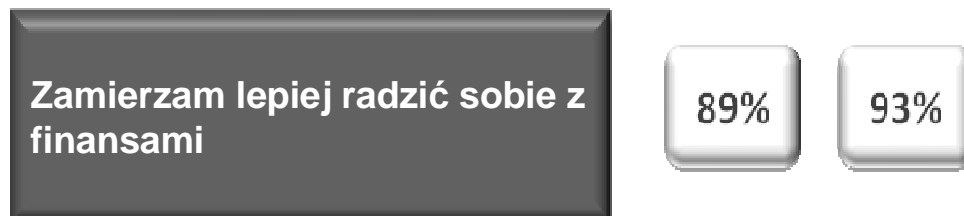
Zachowania i postawy konsumentów wobec zagadnień finansowych

Chcemy być „good at money”...

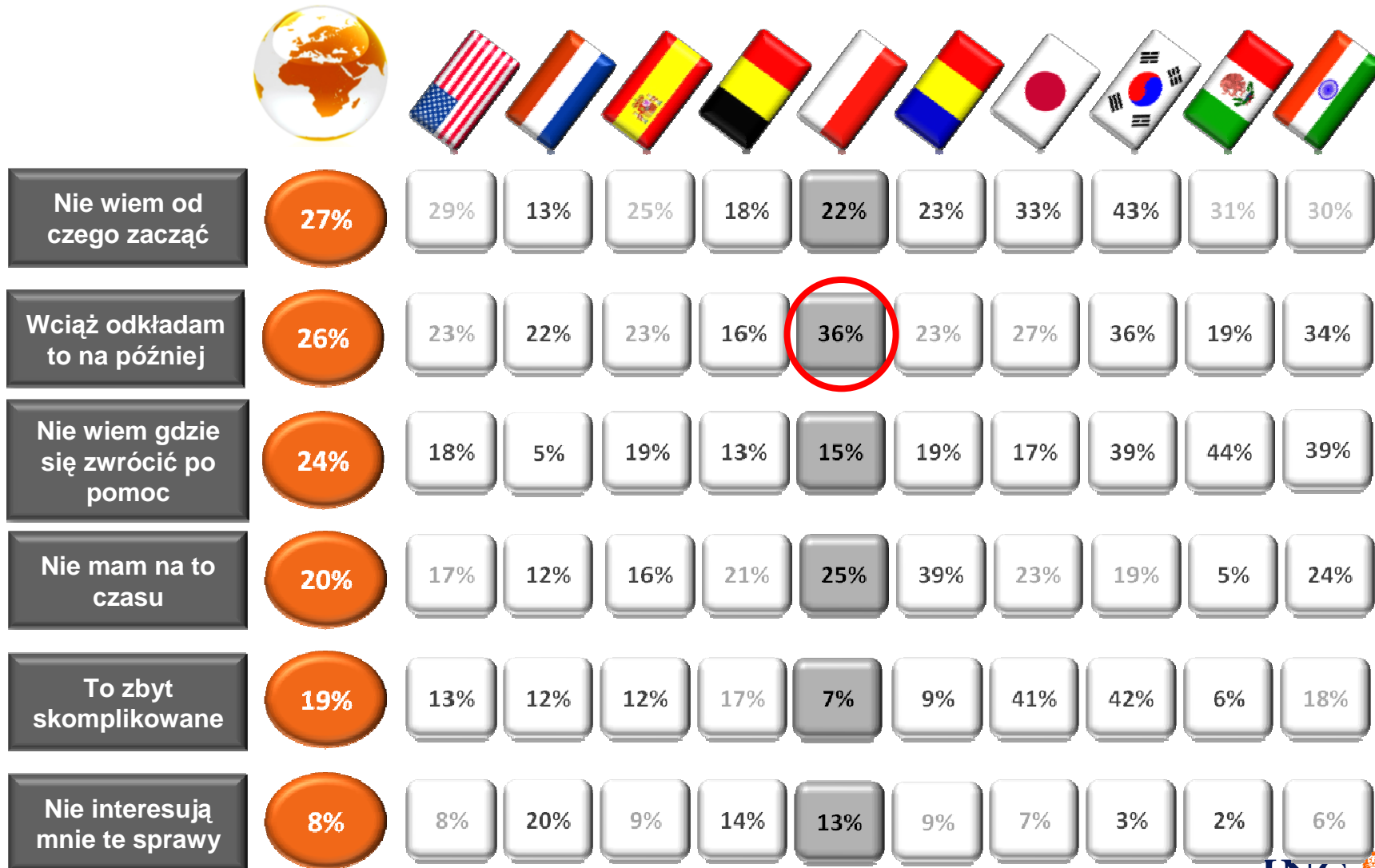
Czy radzi sobie Pan / Pani z finansami?



Czy chciał(a)by Pan / Pani lepiej radzić sobie z finansami?

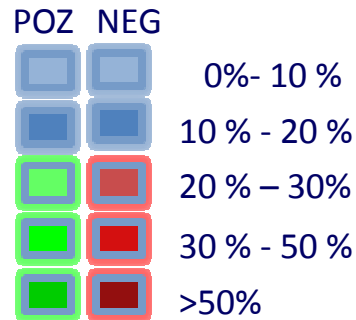
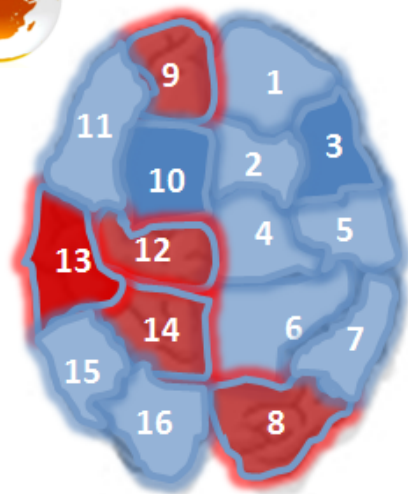


...ale dlaczego nie jesteśmy?



Posiadanie kredytu wywołuje silne poczucie strachu, winy oraz wstydu

W jaki sposób myślenie na temat zadłużenia wpływa na Państwa samopoczucie? Proszę wskazać emocje z listy poniżej klikając w odpowiednie karty.

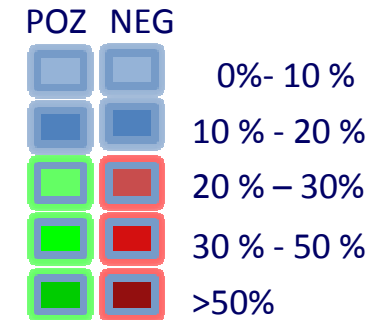
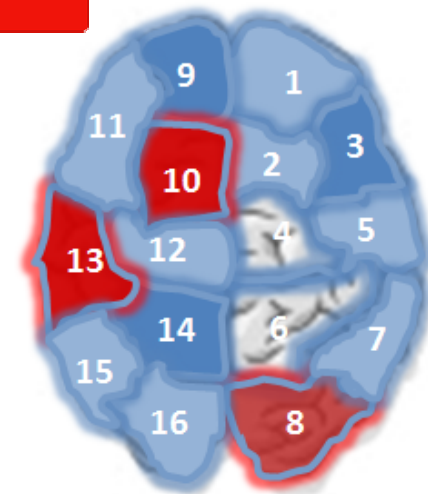


Emocje pozytywne

1. Zaskoczenie
2. Radość
3. Nadzieja
4. Miłość
5. Duma
6. Uwielbienie
7. Bezpieczeństwo

Emocje negatywne

8. Żal
9. Poczucie winy
- 10. Złość**
11. Nuda
12. Wstyd
- 13. Strach**
14. Rozpacz
15. Pogarda
16. Zazdrość

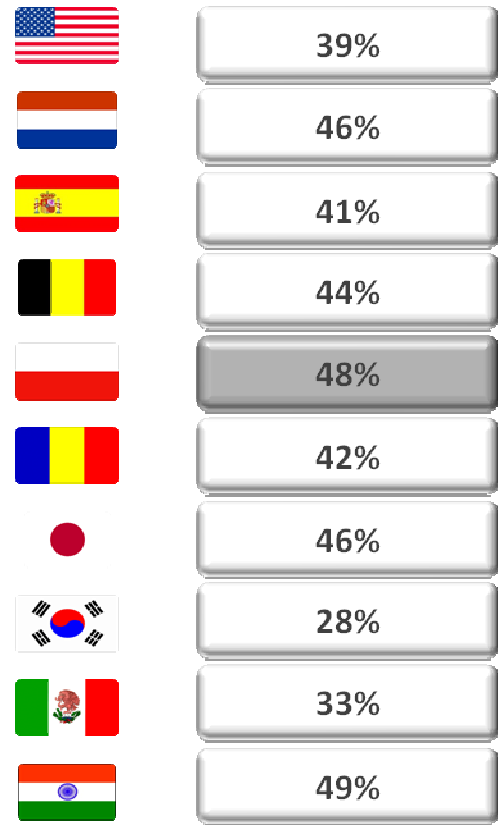


Blisko połowa Polaków ma poczucie kontroli nad finansami

Czy ma Pan / Pani poczucie kontroli nad swoimi finansami?

42%

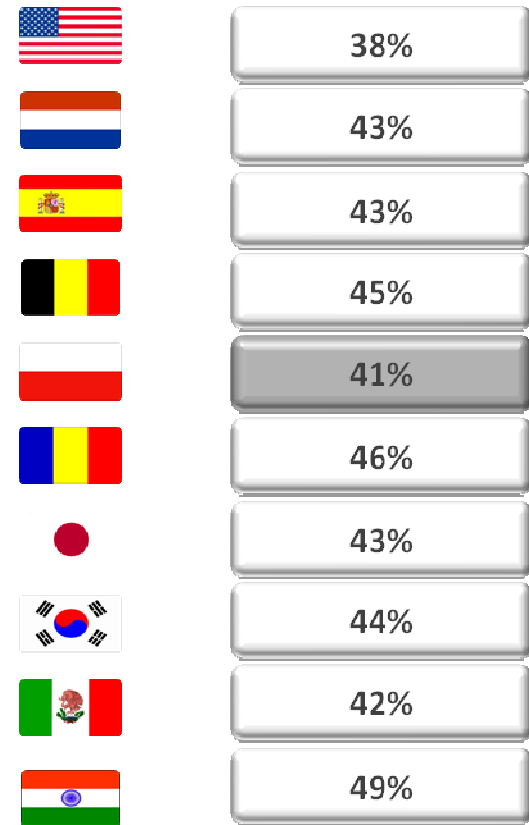
POCZUCIE KONTROLI



Jak pewnie się Pan / Pani czuje kiedy podejmuje Pan / Pani ważną decyzję finansową?

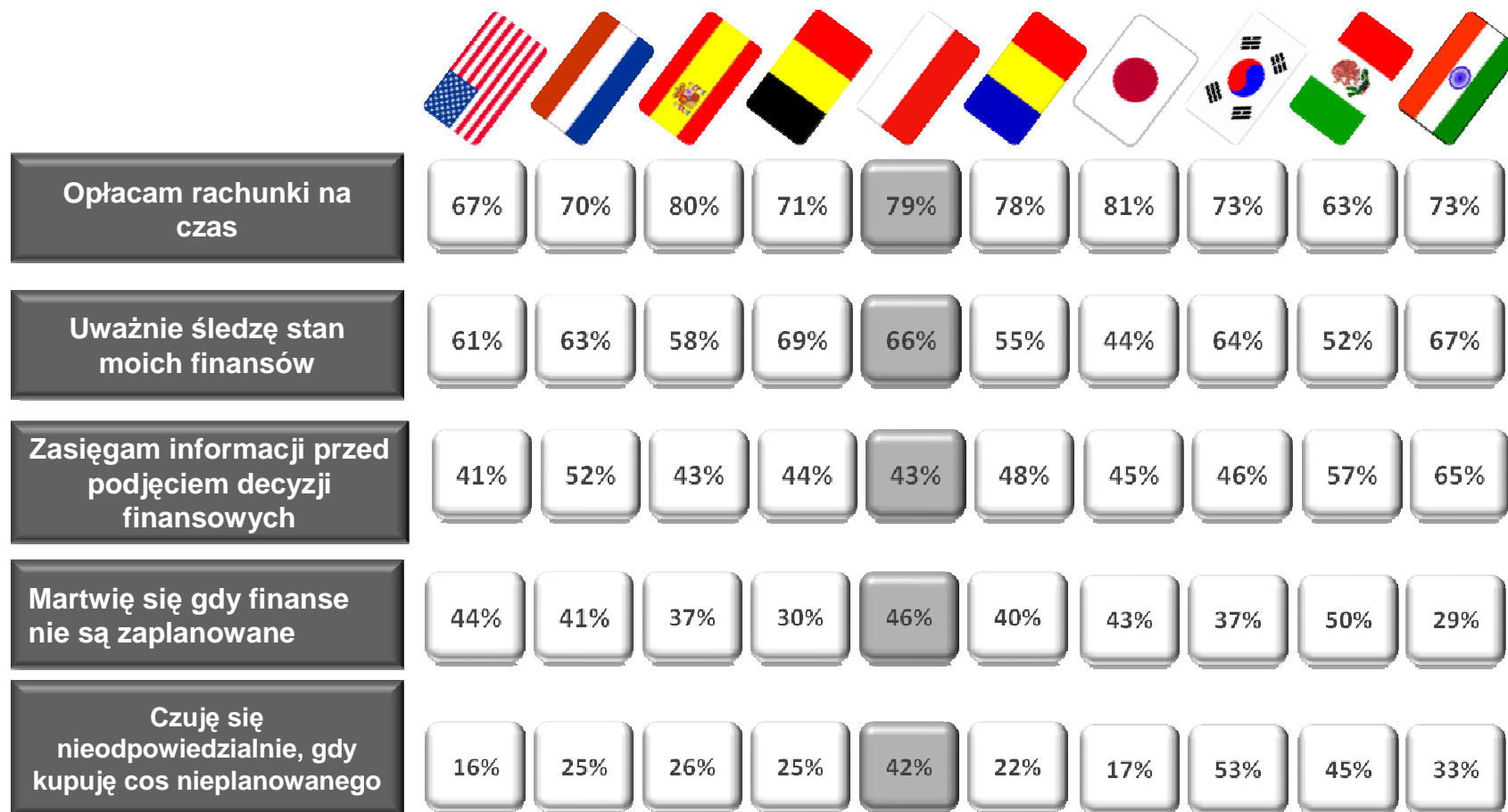
44%

POCZUCIE PEWNOŚCI



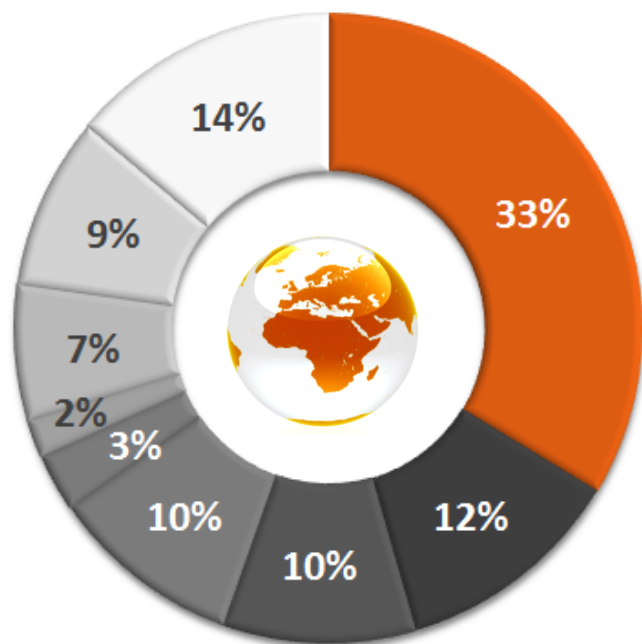
Rachunki opłacamy na czas, a finanse lubimy mieć zaplanowane

5 stwierdzeń wybranych z 20, które respondenci uznali, że najlepiej opisują ich postawy finansowe.



Większość Polaków nie odkłada na czarną godzinę

Czy posiada Pan / Pani fundusz na czarną godzinę i na ile miesięcy by on wystarczył?



■ Nie mam odłożonych środków

■ 1 miesiąc

■ 2 miesiące

■ 3 miesiące

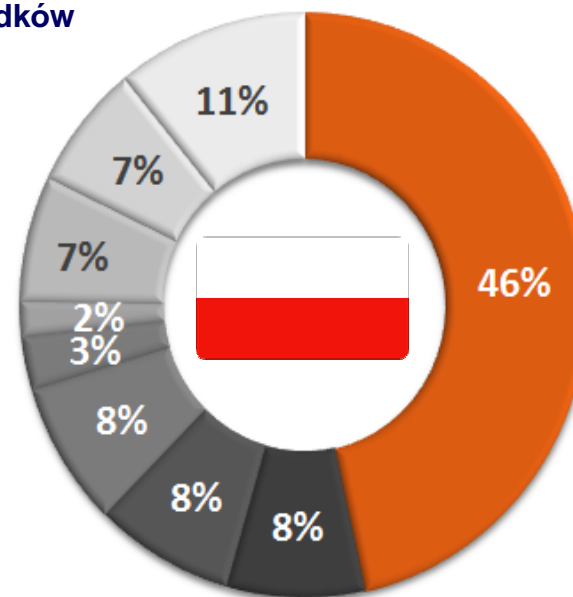
■ 4 miesiące

■ 5 miesięcy

■ 6 miesięcy

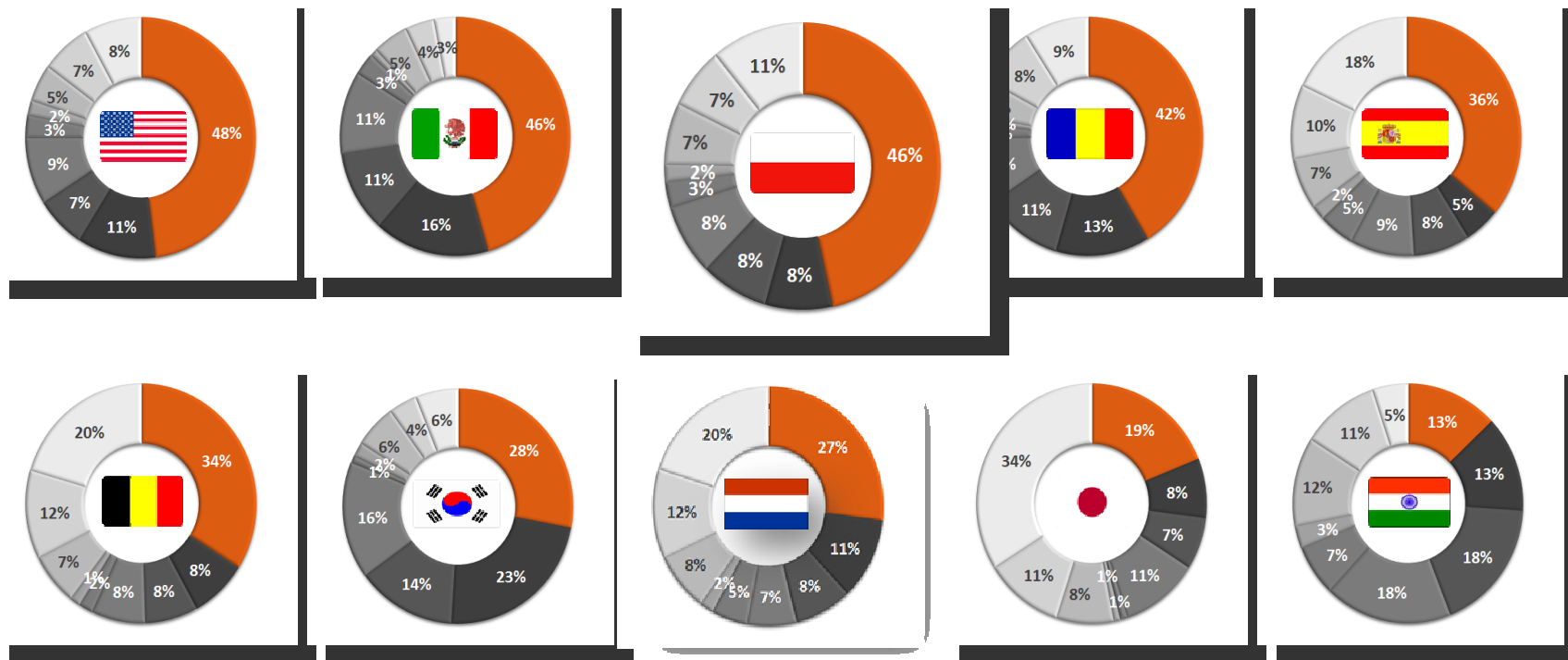
■ 6 - 12 miesięcy

■ Więcej niż 12 miesięcy



Mniej odłożonych środków od nas mają tylko Amerykanie

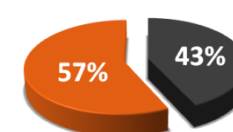
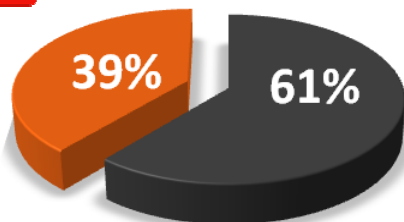
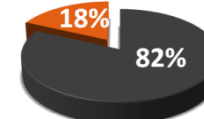
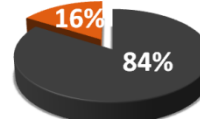
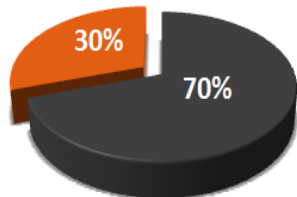
Czy posiada Pan / Pani fundusz na czarną godzinę i na ile miesięcy by on wystarczył?



- Nie mam odłożonych środków
- 1 miesiąc
- 2 miesiące
- 3 miesiące
- 4 miesiące
- 5 miesięcy
- 6 miesięcy
- 6 - 12 miesięcy
- Więcej niż 12 miesięcy

Budżet domowy staramy się planować...

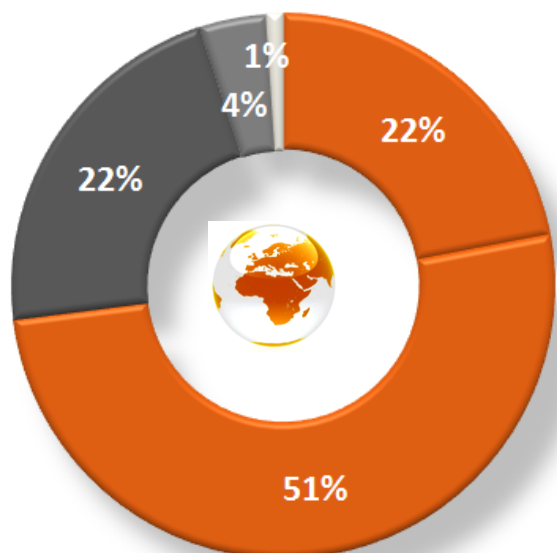
Czy planuje Pan/Pani budżet domowy?



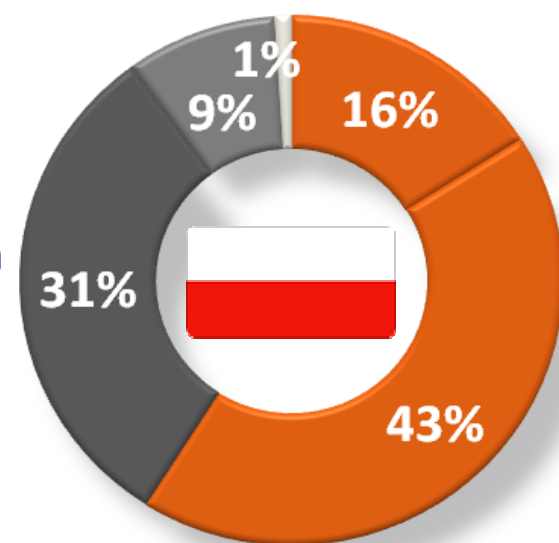
Tak
Nie

...ale często nie udaje się nam w nim zmieścić

Czy mieści się Pan / Pani w swoim budżecie?

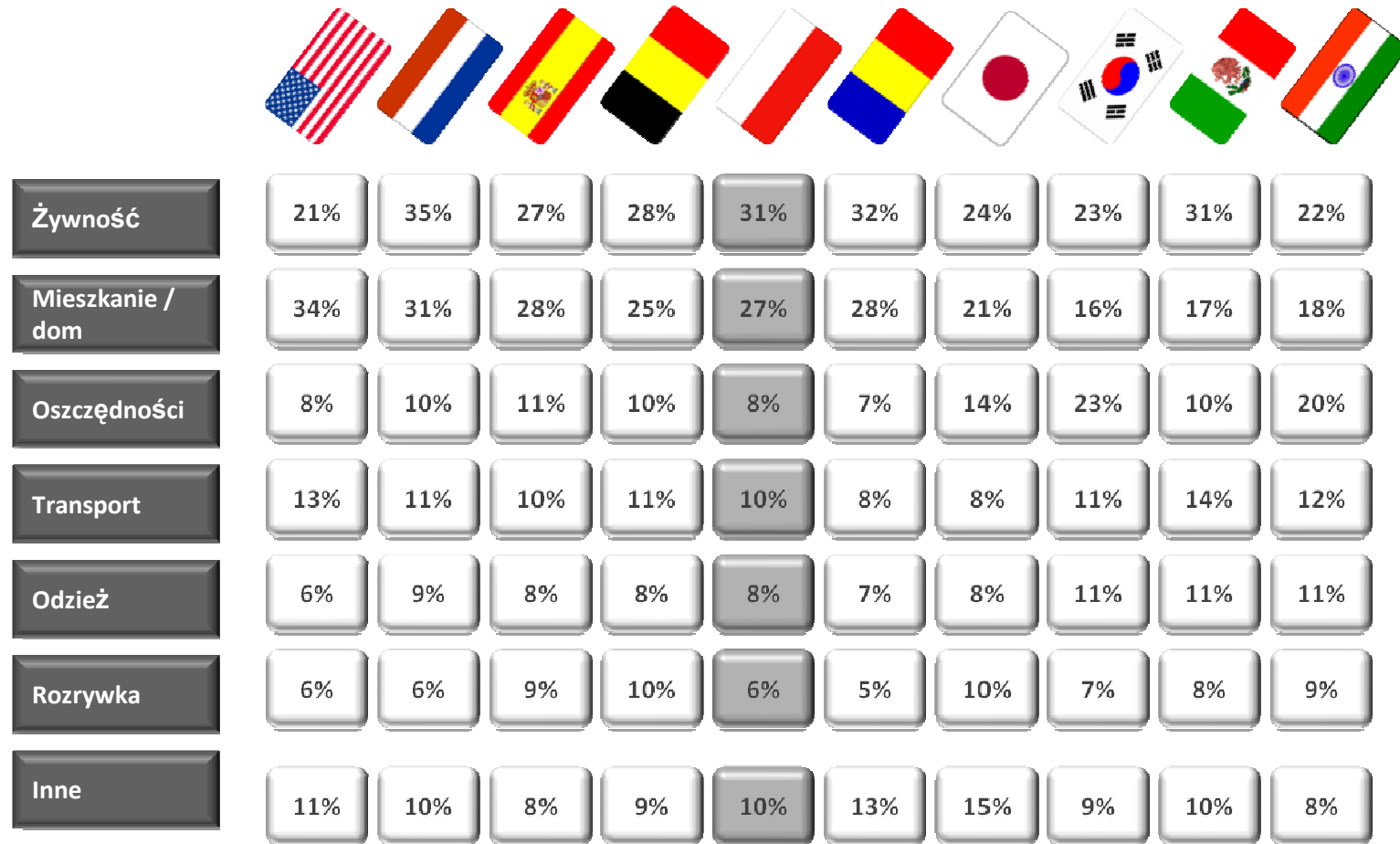


- Tak, zawsze
- Tak, przeważnie
- Nie, czasami go przekraczam
- Nie, zawsze go przekraczam
- Naprawdę nie wiem



Zarobki wydajemy głównie na żywność i mieszkanie

W jaki sposób wydaje Pan / Pani swój miesięczny dochód? Proszę określić ile wydaje Pan / Pani na mieszkanie / dom, żywność, odzież, transport, rozrywkę, oszczędności oraz inne.



Co robimy w obliczu spadku dochodów?

Proszę sobie wyobrazić, że Pana / Pani miesięczny przychód spada o 20%. Co by Pan / Pani zrobił(a), żeby go nie przekroczyć?



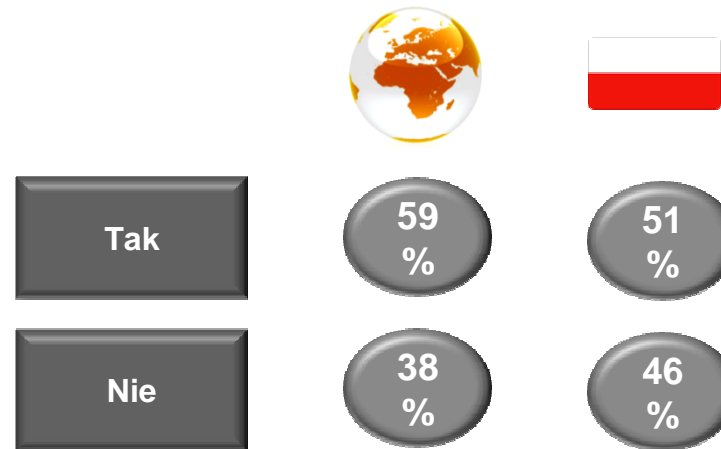
Czy Polacy rozróżniają konto bankowe od oszczędnościowego?

Które z wymienionych produktów finansowych posiada Pan / Pani obecnie?



Wesołe jest życie staruszka?

Czy obecnie odkłada Pan/Pani dodatkowo na emeryturę?



Czy uważa Pan / Pani, że gdy Pana / Pani dzieci przejdą na emeryturę, to będą bardziej czy mniej zamożne niż Pan / Pani?

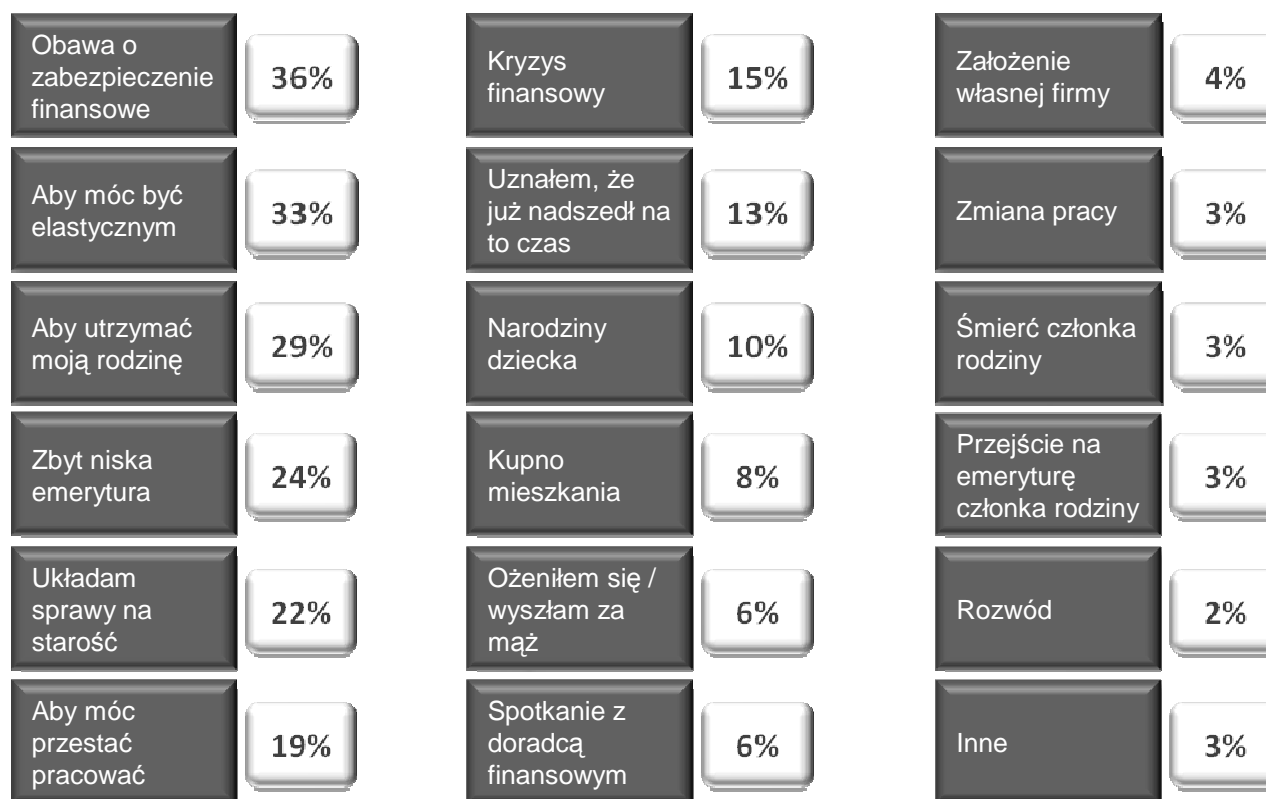


Czy uważa Pan / Pani, że w przechodząc na emeryturę będzie Pan / Pani bardziej czy mniej zamożny(a) niż swoi rodzice?



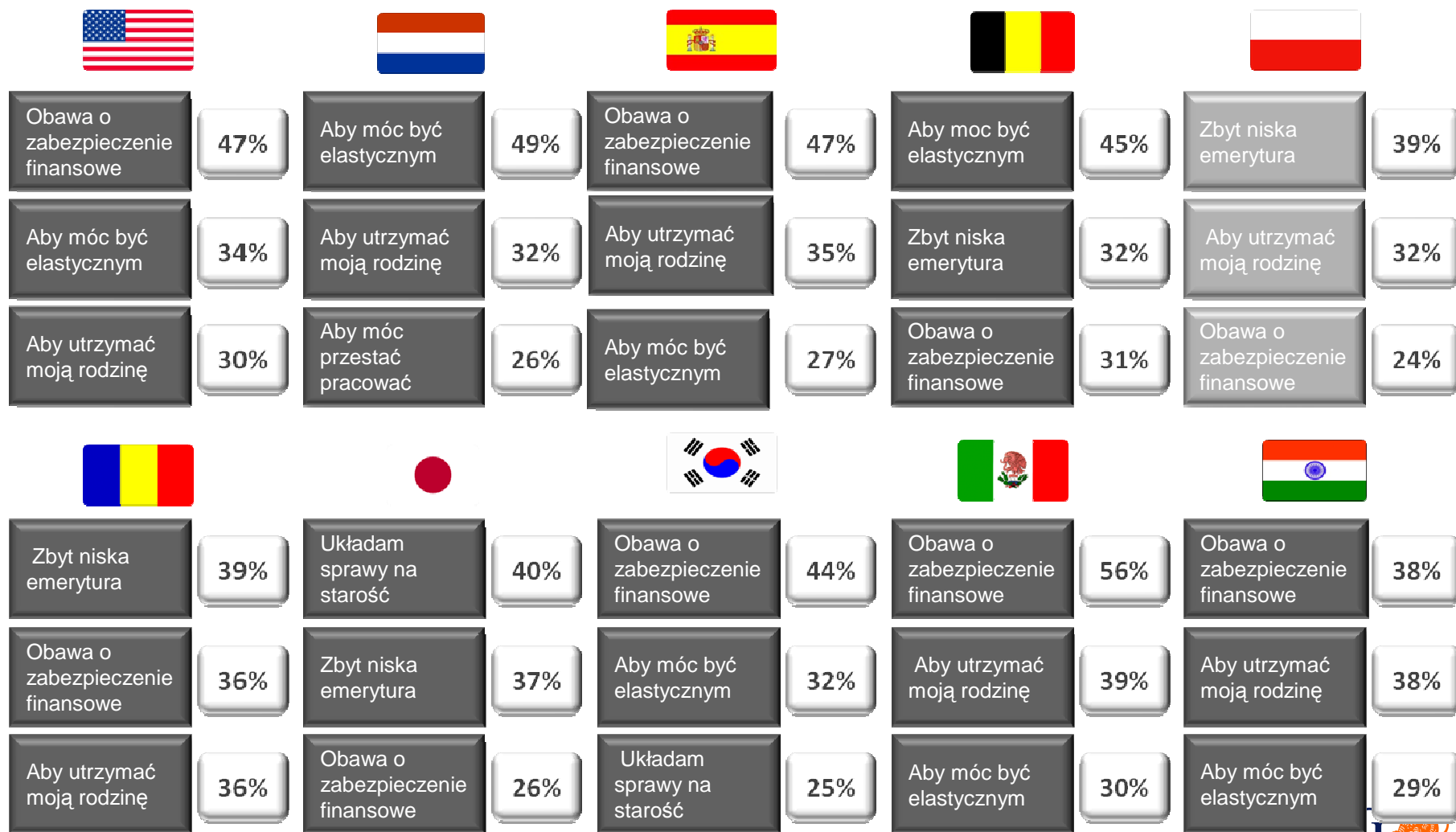
Co piąta osoba planuje przyszłość finansową, aby przestać pracować

Czym się Pan / Pani kierował(a), rozpoczynając planowanie swojej przyszłości finansowej?



Obawy o niską emeryturę motywują nas do planowania finansów

Czym się Pan / Pani kierował(a), rozpoczynając planowanie swojej przyszłości finansowej? (Trzy najczęściej wybierane odpowiedzi w danym kraju)





- ❑ Przed rozpoczęciem quizu, Polacy nie byli przekonani o własnych umiejętnościach zarządzania pieniędzmi (44% respondentów z Polski wobec 50% osób ankietowanych globalnie).
- ❑ Obecnie 63% polskich respondentów ma podstawową wiedzę finansową. Tym samym plasują się na 7 miejscu wśród 10 krajów biorących udział w badaniu, tuż przed Hiszpanią, ale już za Belgią.
- ❑ 48% polskich respondentów było zadowolonych z wyniku quizu, w porównaniu z 54% respondentów ankietowanych globalnie.
- ❑ 93% respondentów z Polski chciałoby lepiej zarządzać pieniędzmi, w porównaniu z 89% respondentów ankietowanych globalnie.
- ❑ Polacy odkładają na później działania, które mogłyby im pomóc lepiej zarządzać pieniędzmi (36% ankietowanych w Polsce wobec 26% ankietowanych globalnie) i twierdzą, że nie mają na to czasu (25% wobec 20% globalnie).
- ❑ Aktywne zarządzanie pieniędzmi wywołuje podobne emocje u Polaków, jak u respondentów z innych krajów: nadzieja, duma oraz bezpieczeństwo. Polacy dodatkowo odczuwają strach. W przypadku emocji związanych z zaciąganiem kredytu – Polacy o wiele częściej odczuwają złość niż respondenci innych krajów.
- ❑ Około 59% respondentów z Polski nie miałoby środków na zapłacenie nieoczekiwanego rachunku. Jest to spójne z wnioskiem, w którym 46% polskich gospodarstw domowych nie posiada funduszu na czarną godzinę (wobec 33% ankietowanych z innych krajów).
- ❑ 61% Polskich respondentów planuje swój budżet domowy (30% ankietowanych globalnie), a spośród nich 37% planuje ten budżet na komputerze (44% ankietowanych globalnie).
- ❑ W porównaniu z tradycyjnym konsumentem, Polacy zarządzają swoimi finansowymi w sposób niezbyt zorganizowany. 46% Polaków ma wrażenie, że jest mniej zorganizowanych, w porównaniu z 36% ankietowanych w innych krajach.
- ❑ Polacy mają tendencję do pożyczania pieniędzy gdy zabraknie im środków (24% w porównaniu z 16% ankietowanych na świecie).



- ❑ Niezależnie od poziomu zaradności finansowej, 90% respondentów na świecie chciałoby lepiej zarządzać finansami (tylko 59% w Holandii, w Indiach 99%)
- ❑ 26% respondentów uważa, że (bardzo / całkiem) dobrze radzi sobie z finansami. Wyniki badania pokazały, że posiadana wiedza nie ma na to dużego wpływu. Jedynie osoby, które otrzymały najwyższy wynik (doskonały) czują się o wiele pewniejsze w zakresie swoich umiejętności finansowych.
- ❑ Aspekt kulturalny ma duże znaczenie w postrzeganiu własnych umiejętności finansowych. Koreańczycy, Rumuni oraz Japończycy są bardzo skromni (Koreańczycy oraz Japończycy są w pierwszej trójce krajów najbardziej zaradnych finansowo).
- ❑ Przed lepszym zarządzaniem pieniędzmi powstrzymują nas trzy rzeczy: niewiedza od czego zacząć, odkładanie na później oraz potrzeba pomocy. Respondenci z najniższym wynikiem w quizie oczekują większej pomocy niż inni.
- ❑ Główne emocje odczuwane gdy respondenci myślą o zarządzaniu finansami to nadzieja, duma oraz bezpieczeństwo. Im bardziej osoba jest zaradna, tym bardziej odczuwa te emocje (nawet do poziomu odczuwania radości). Im mniej jest zaradna, tym bardziej odczuwa strach.
- ❑ Dla porównania zapytaliśmy jakie uczucia budzi w respondentach posiadanie kredytu. Globalnie, odczuwane jest silne poczucie strachu, winy oraz wstydu. Im bardziej jest zaradna, tym mniejsze ma poczucie winy. Niemniej poczucie strachu i wstydu pozostają.
- ❑ Zapytaliśmy respondentów czy zasięgają informacji przed podjęciem decyzji finansowych. Im mniej osoba jest zaradna finansowo, tym mniej czasu spędza na poszukiwaniu informacji. Tylko 43% osób o słabej wiedzy finansowej zasięga informacji wobec 62% z doskonałym stanem wiedzy.
- ❑ Japonia jest jednym z najbardziej zaradnych finansowo krajów. Japończycy płacą rachunki na czas, czują się nieodpowiedzialnie gdy kupują coś niezaplanowanego w budżecie domowym.

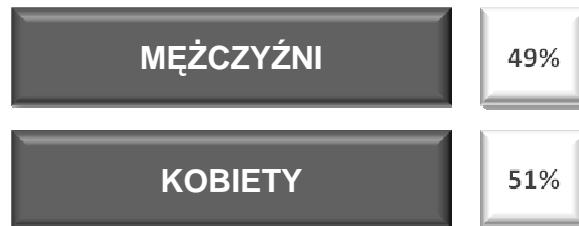


Wnioski

- ❑ Respondenci byli uczeni przez rodziców, aby oszczędzać pieniądze (posiadać fundusz awaryjny). Tego też będą uczyć swoje dzieci, wpajając im żeby nie wydawali pieniędzy na rzeczy zbędne.
- ❑ Zaufanie oraz samomotywacja to dwa najważniejsze czynniki mające wpływ na zachowania finansowe respondentów. Wśród respondentów posiadających taki sam poziom zaufania wyraźnie widać, że poziom zaradności finansowej zależy od poziomu samomotywacji. Osoby najbardziej zmotywowane są jednocześnie najbardziej zaradne.
- ❑ Obecnie 1/3 respondentów nie jest przygotowana na niespodziewany wydatek. Tyle samo respondentów nie posiada funduszu awaryjnego. 55% respondentów posiada fundusz na czarną godzinę na nie więcej niż 2 miesiące.
- ❑ Posiadanie funduszu awaryjnego na tzw. czarną godzinę jest silnie związane z poziomem zaradności finansowej (28% o słabej wiedzy wobec 37% osób o doskonałej wiedzy posiada fundusz na tzw. czarną godzinę na trzy miesiące). Amerykanie są najmniej przygotowani na taką okoliczność (48% respondentów nie ma takiego funduszu w ogóle) w porównaniu z Hindusami (tylko 13%).
- ❑ 73% respondentów mieści się w swoim budżecie. Państwa w Europie Środkowo-Wschodniej są najmniej zdyscyplinowane w tym zakresie (ok. 60%).
- ❑ Więcej niż połowa budżetu domowego przeznaczona jest na wydatki związane z mieszkaniem oraz żywnością. 12% jest wydawana na oszczędności.
- ❑ Pierwszą rzeczą z jakiej rezygnują osoby, których dochody spadają, to zakup luksusowych produktów. Ponadto często rezygnują z jedzenia na mieście oraz zaczynają oszczędzać energię.
- ❑ Istnieje wyraźny związek pomiędzy zaradnością finansową a liczbą posiadanych produktów finansowych. Im bardziej osoba jest zaradna finansowo, tym więcej posiada produktów.
- ❑ Mniej niż 60% respondentów odkłada dodatkowe środki na czas emerytury.
- ❑ Głównym motywem do rozpoczęcia planowania finansowego jest troska oraz przygotowanie się do emerytury. Istotne zmiany zachodzące w pracy czy życiu (zmiana pracy czy urodzenie dziecka) nie są motywem mającym częsty wpływ na podjęcie takiej decyzji.



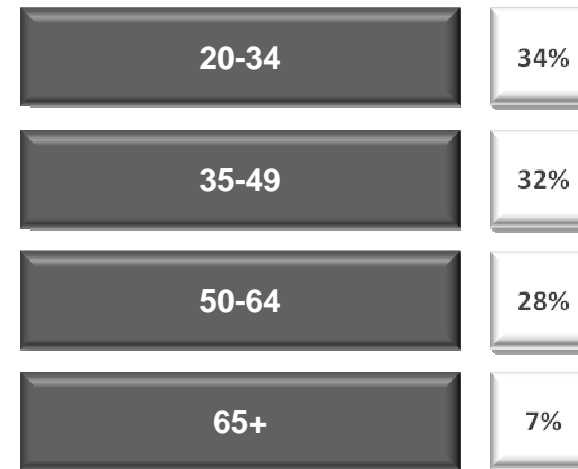
Płeć



Wykształcenie



Wiek





Sytuacja rodzinna

OSOBA SAMOTNA, BEZDZIENTNA	13%
OSOBA SAMOTNA Z DZIEĆMI MIESZKAJĄCYMI POZA DOMEM	3%
OSOBA SAMOTNA Z DZIEĆMI MIESZKAJĄCYMI W DOMU	7%
ŻONATY/ ZAMĘŻNA, BEZDZIENTNY(A)	9%
ŻONATY / ZAMĘŻNA Z DZIEĆMI MIESZKAJĄCYMI POZA DOMEM	11%
ŻONATY / ZAMĘŻNA Z DZIEĆMI MIESZKAJĄCYMI W DOMU	42%
ŻYJĘ W PARTNERSKIM ZWIĄZKU BEZ ŚLUBU	12%

Miesięczny dochód brutto w gospodarstwie domowym

MNIEJ NIŻ 2 000 PLN	15%
2 000 – 4 000 PLN	39%
4 000 – 6 000 PLN	24%
6 000 – 8 000 PLN	6%
8 000 – 10 000 PLN	2%
10 000 – 15 000 PLN	1%
15 000 – 20 000 PLN	0%
PONAD 20 000 PLN	2%
NIE WIEM / ODMAWIAM ODPOWIEDZI	10%

Barometr Finansowy ING

Dziękujemy za uwagę