

Financijska pismenost roditelja i djece

Hila, Antonija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:360600>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Stručni studij poslovne ekonomije

FINANCIJSKA PISMENOST RODITELJA I DJECE

Završni rad

Antonija Hila, JMBAG 0067436566

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Dajana Barbić

Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode istraživanja	1
1.3. Struktura i sadržaj rada	1
2. POJMOVNO ODREĐENJE FINACIJSKE PISMENOSTI.....	3
2.1. Dimenzije financijske pismenosti.....	3
2.2. Važnost i uloga financijske pismenosti.....	4
3. FINACIJSKA PISMENOST RODITELJA I DJECE	6
3.1. Istraživanja financijske pismenosti	6
3.2. Financijska socijalizacija	7
3.3. Agenti financijske socijalizacije	8
3.4. Financijsko obrazovanje, financijska pismenost i financijska socijalizacija.....	11
4. ANALIZA FINACIJSKE PISMENOSTI RODITELJA I DJECE U HRVATSKOJ	12
4.1. Opis istraživanja	12
4.2. Opis ispitanika	13
4.2.1. Provedeno istraživanje financijske pismenosti roditelja	13
4.2.2. Provedeno istraživanje financijske pismenosti djece	26
5. ZAKLJUČAK.....	41
Popis literature.....	44
Popis slika	46
Popis grafikona.....	46

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Rad analizira pojam financijske pismenosti, s posebnim naglaskom na financijsku pismenost roditelja i djece. Globalna financijska kriza koja je zahvatila Hrvatsku i svijet 2008. godine, svakako je pridonijela stvaranju većeg interesa javnosti za temu financijske pismenosti pojedinaca. Niski stupanj financijskog obrazovanja, loš odnos prema trošenju novca te nepromišljeno financijsko ponašanje ne samo da dovode do financijskih problema, materijalne nesigurnosti na osobnoj razini, već se također može odraziti i na nacionalnoj razini, a zatim i na globalnoj. Tako se unazad nekoliko godina sve veća pažnja posvećuje financijskom opismenjavanju odraslih, ali i djece. Cilj ovog završnog rada je analizirati razinu financijske pismenosti djece i roditelja u Republici Hrvatskoj, kao i ulogu roditelja u financijskoj socijalizaciji djece.

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

U radu su korišteni primarni i sekundarni izvori podataka. Sekundarni izvori prikupljeni su iz domaće i strane, znanstvene i stručne literature. Primarni podaci prikupljeni su korištenjem anketnog upitnika na uzorku snježne grude. U radu su korištene sljedeće metode istraživanja: metoda deskripcije, sinteze, analize, komparacije, klasifikacije te metode indukcije i dedukcije.

1.3. Struktura i sadržaj rada

Seminarski rad podijeljen je u 5 međusobno povezanih poglavlja.

U prvom poglavlju, uvodu, definirani su predmet i cilj rada, izvori podataka te kako je strukturiran rad.

U drugom poglavlju obrađen je koncept financijske pismenosti, te uloga i važnost financijskog opismenjavanja.

U trećem poglavlju istražena je uloga financijskog obrazovanja i financijska socijalizacija s fokusom na ulogu različitih agenata financijske socijalizacije poput obitelji škole i medija u formiranju stavova i vrijednosti djece vezanih uz novac i financije.

U četvrtom poglavlju prezentirani su rezultati provedenog istraživanja o financijskoj pismenosti roditelja i djece u Hrvatskoj.

U zaključnom, petom, poglavlju se na temelju prethodnih dijelova i nalaza provedenog istraživanja prezentiraju zaključci o financijskoj pismenosti roditelja i djece.

2. POJMOVNO ODREĐENJE FINACIJSKE PISMENOSTI

U ovom poglavlju razmotrit će se dimenzije financijske pismenosti te važnost i uloga financijske pismenosti.

2.1. Dimenzije financijske pismenosti

Ne postoji jedinstvena definicija financijske pismenosti, mnogi autori i organizacije su iznijeli svoje vlastito viđenje koncepta financijske pismenosti. Prema Ivanov, Barbić i Lučić financijska pismenost se može definirati kao simbioza znanja, stavova, vještina te ponašanja kako bi se donijela ispravna financijska odluka¹.

Ševron i Kaestner financijsku pismenost definiraju kao sposobnost osobe da shvaća i koristi financijske koncepte².

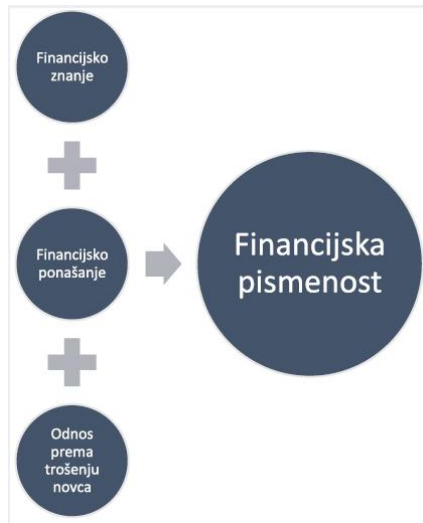
Jedna od najčešćih definicija koja se koristi kako bi se objasnio pojam financijske pismenosti je ona Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) prema kojoj je financijska pismenost "proces u kojem financijski potrošači/ulagači poboljšavaju svoje razumijevanje financijskih proizvoda i koncepata te putem informacija, uputa i/ili objektivnih savjeta razvijaju potrebne vještine i sigurnost kako bi postali svjesniji financijskih rizika i prilika, kako bi mogli donositi utemeljene odluke, kako bi znali gdje se obratiti za poboljšanje svoje financijske dobrobiti (OECD, 2005: 13)." OECD navodi kako je uz financijske vještine i sposobnost razumijevanja financijske pismenosti također važna izrada proračuna i ulaganje³.

¹ Dr. sc. Marijana Ivanov, dr. sc. Dajana Barbić i dr. sc. Andrea Lučić Moj novac, moja budućnost

² Lisaj Servon, Robert Kaestner, Consumer Financial Literacy and the Impact of Online Banking on the Financial Behavior of Lower-Income Bank Customers. Journal of Consumer Affairs

³ Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj – Organisation for Economic Co-operation and Development
<https://www.oecd.org/>

Slika 1: Financijska pismenost



Izvor: Autorica prema NN 68/2021, Obrada prema OECD-u⁴

Financijsko znanje je preduvjet financijske pismenosti, dok je financijsko obrazovanje proces koji vodi višoj razini financijske pismenosti.

2.2. Važnost i uloga financijske pismenosti

Učinkovito upravljanje osobnim financijama u današnje vrijeme je sve izazovnije. Loši financijski izbori mogu imati dugotrajan učinak na dobrobit pojedinaca i društva u cjelini. Smatra se da je štednja ključna za dugoročnu financijsku stabilnost, a sve češće se ističe da je vrlo važno djecu od najranije dobi educirati o štednji i racionalnoj potrošnji⁵.

Cilj financijskog opismenjavanja je unaprijediti financijsko znanje, financijsko ponašanje te odnos prema trošenju novca.

Financijska pismenost predstavlja ključni faktor u svakodnevnom životu pojedinca, utječući na donošenje odluka koje imaju dalekosežne posljedice na osobnu financijsku sigurnost i životni standard.⁶ Nedostatak financijske pismenosti često rezultira lošim odlukama i financijskim problemima, što se posebno vidjelo tijekom financijske krize.

⁴ Narodne Novine, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_06_68_1316.html

⁵ Štedopis, <https://www.stedopis.hr/financijska-pismenost-u-mojoj-skoli/>

⁶ Widdowson, D. i Hailwood, K. (2007.)

Financial literacy and its role in promoting a sound financial system, Reserve Bank of New Zealand Bulletin

Financijsko obrazovanje ima ključnu ulogu ne samo za pojedinca nego i za širu zajednicu. Na mikrorazini, financijsko obrazovanje povećava stabilnost u financijskom sektoru i potiče ekonomski napredak dok istovremeno smanjuje razinu siromaštva⁷. Na makro razini, financijska pismenost može unaprijediti efikasnost i integritet financijskog sustava te potaknuti optimalniju raspodjelu resursa i veće stope rasta i stabilnosti ekonomije⁸.

Stoga, ulaganje u financijsko obrazovanje i podizanje razine financijske pismenosti ključno je za poboljšanje osobnih financijskih uvjeta pojedinca, stabilnost financijskog sustava te poticanje gospodarskog rasta i razvoja. Ovo je ne samo pitanje individualnog prosperiteta, već i ključni čimbenik u izgradnji održivog i prosperitetnog društva⁹.

Ministarstvo financija je nositelj i koordinator aktivnosti u svezi financijske pismenosti potrošača. 2015. godine je donesen prvi Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2015. godine do 2020. godine, a 2021. godine, drugi, za razdoblje od 2021. godine do 2026. godine. Prilikom izrade zakona osnovana je Operativna radna grupa čiji su članovi: Ministarstvo financija, Porezna uprava - Središnji ured, Ministarstvo pravosuđa i uprave, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Ministarstvo rada mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, Središnji državni ured za demografiju i mlade, Agencija za odgoj i obrazovanje, Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih, Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga Financijska agencija, Hrvatska narodna banka, Hrvatski ured za osiguranje, Štedopis, institut za financijsko obrazovanje Zagreb, Hrvatski institut za financijsku edukaciju, Savez samostalnih sindikata hrvatske, CFA udruga Hrvatska, Hrvatska udruga kreditnih unija, Hrvatska udruga poslodavaca, Udruga članova obveznih i mirovinskih fondova, Udruga društava za upravljanje mirovinskim fondovima i mirovinskih osiguravajućih društava, Ekonomski fakultet Zagreb, Pravni fakultet sveučilišta u Zagrebu, Hrvatska udruga banaka, Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora, Zagrebačka burza¹⁰.

⁷ Vehovec, M. (2011)

Financijska i mirovinska pismenost: međunarodna iskustva i prijedlozi za Hrvatsku

⁸ Barbić, D. i Lučić, A. (2018.) Financijska pismenost i odgovorna potrošnja u svakodnevnom životu

⁹ Delić, A. i Rogić Dumančić L., znanstveni članak – Utjecaj razvijenosti financijskog sustava na gospodarski rast zemalja srednje i istočne Europe (2016.)

¹⁰ Ministarstvo financija - <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/financijska-trzista-i-financijska-pismenost/financijska-pismenost-potrosaca/3293>

3. FINANCIJSKA PISMENOST RODITELJA I DJECE

3.1. Istraživanja financijske pismenosti

Prema istraživanjima provedenima od strane OECD-a (1961.) i drugih studija usmjerenih na mlade ljude u dobi od 16 godina, utvrđeno je da je otprilike trećina ispitanika bila označena kao 'financijski nesigurna'. To znači da su ovi mladi ljudi pokazali nedostatak kompetencija u upravljanju novcem te su imali nedovoljno razvijenu svijest o financijskoj pismenosti¹¹.

Također, analize financijske pismenosti u Hrvatskoj pokazuju da su najniži rezultati zabilježeni kod mladih osoba mlađih od 19 godina i starijih od 70 godina, što ukazuje na izazove u obrazovanju o financijama u tim dobima života. Daljnje istraživanje provedeno u Hrvatskoj pokazalo je da su ispitanici s višim obrazovanjem i većim prihodima pokazali veću razinu financijske pismenosti¹².

Prema istraživanju OECD-a i HANFA-e iz 2019. godine, općenito gledano, građani Republike Hrvatske pokazuju bolju financijsku pismenost u usporedbi s prosjekom jugoistočnih država Europe. Konkretno, rezultati pokazuju da Hrvatska postiže 59% odnosno 12,3 boda od ukupno 21 bodova u istraživanju financijske pismenosti. Kada je riječ o različitim aspektima financijske pismenosti, Hrvatska se ističe s 47% u području financijskog znanja, dok je rezultat za financijsko ponašanje nešto niži, 38%. Što se tiče općeg odnosa prema novcu, zabilježen je nešto bolji rezultat od 57%¹³.

Često se primjećuje da osobe koje posjeduju visoku razinu financijske pismenosti potječu iz obitelji u kojima se pridaje važnost financijskom obrazovanju. Međutim, mnogi roditelji pogrešno vjeruju da su financije i novac preteške teme za malu djecu te ih, iz zaštitničkih razloga, izbjegavaju uvoditi u te koncepte. Udruga za financijsko obrazovanje "Štedopis" provela je online istraživanje koje je pokazalo da 48% roditelja redovito razgovara s djecom o novcu, dok to čini 36% roditelja rijetko, a 16% nikada¹⁴.

Europska komisija je u srpnju 2023. godine objavila rezultate istraživanja Eurobarometra o financijskoj pismenosti u EU-u. Prema istraživanju u EU 18% građana pokazuje visoku razinu financijske pismenosti, dok 64% pokazuje srednju razinu, a preostalih 18% spada u nisku

¹¹ OECD. (30. rujan 1961.). Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development). Dohvaćeno iz Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development): <http://www.oecd.org/>

¹² Barbić, Lučić, 2018., Financijska pismenost i odgovorna potrošnja u svakodnevnom životu, str.8

¹³ HANFA <https://www.hanfa.hr/media/02ym51oi/2020-05-14-istra%C5%BEivanje-oecd-a-porasla-razina-financijske-pismenosti-u-hrvatskoj.pdf>

¹⁴ ŠTEDOPIS <https://www.stedopis.hr/stedopis-anketa-52-roditelja-izbjegava-razgovarati-s-djecom-o-novcu/>

kategoriju. Žene, mlađe osobe, pojedinci s nižim prihodima i nižim stupnjem obrazovanja ističu se kao ključne ciljne skupine za inicijative financijskog obrazovanja, budući da zaostaju u financijskoj pismenosti. Analiza financijskog znanja među ispitanicima pokazuje da ih otprilike četvrtina može točno odgovoriti na barem četiri od pet pitanja, dok polovica uspijeva samo na dva ili tri pitanja¹⁵.

Istraživanje provedeno od strane Hanfe u 2023. godini pokazalo je da postoji potreba za dodatnim financijskim obrazovanjem mladih, s obzirom na pad znanja iz financijske pismenosti kod hrvatskih učenika u usporedbi s prethodnom godinom. Unatoč tome, učenici pokazuju relativno odgovorno ponašanje prema novcu, pri čemu većina pažljivo razmatra svoje kupovine i uspoređuje cijene. Njihov odnos prema novcu varira ovisno o izvoru, s tendencijom stvaranja "mentalnog računovodstva"¹⁶.

Istraživanje financijske pismenosti tinejdžera u Hrvatskoj koje je proveo Štedopis 2023. godine pokazalo je natprosječno financijsko znanje gimnazijalaca što je za 7% više u odnosu na 2020. godinu. 2023. godine 80% tinejdžera u Hrvatskoj se izjasnilo da dobivaju džeparac, što je 5% manje u odnosu na 2020. godinu. Prema istraživanju tinejdžeri su relativno dobro financijski uključeni. Financijska uključenost tinejdžera obuhvaća dostupnost različitih financijskih usluga i proizvoda, te njihovo korištenje, uključujući tekuće i žiro račune, kao i mobilno bankarstvo¹⁷.

3.2. Financijska socijalizacija

Financijska socijalizacija djece predstavlja ključni segment ekonomske socijalizacije u Hrvatskoj. Ova vrsta socijalizacije usredotočena je na integraciju vrijednosti, stavova, standarda, normi, znanja i ponašanja koji pridonose osobnom financijskom blagostanju pojedinca. Važno je naglasiti da proces financijske socijalizacije ne počinje samo formalnim obrazovanjem, već se odvija od najranijih dana djetetova života. Roditelji igraju ključnu ulogu kao primarni izvori informacija o financijskom obrazovanju djeteta, dok su i drugi čimbenici poput medija, vršnjaka i formalnog obrazovanja kroz institucije poput škole važni u ovom procesu. Različite faze djetinjstva, kao što su rana, srednja i kasna, imaju ključnu ulogu u razumijevanju procesa financijske socijalizacije. Kroz ove faze, djeca postupno razvijaju

¹⁵ EUROBAROMETER <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2953>

¹⁶ HANFA <https://www.hanfa.hr/media/epjd4tgt/istra%C5%BEivanje-financijske-pismenosti-2023.pdf>

¹⁷ ŠTEDOPIS <https://www.stedopis.hr/wp-content/uploads/2023/03/prezentacija-Istrazivanje-financijske-pismenosti.pdf>

sposobnost sagledavanja svijeta iz perspektive potrošača te stječu potrebne vještine i znanja za odgovorno sudjelovanje na tržištu¹⁸.

Financijsko obrazovanje i socijalizacija djece su ključni faktori u razvoju financijske pismenosti i odgovornog ponašanja u potrošačkom društvu. Sustavni pristup koji uključuje istraživanje, edukaciju i podršku u različitim fazama djetinjstva može značajno doprinijeti podizanju razine financijske pismenosti u Hrvatskoj te osigurati bolju budućnost za mlade generacije¹⁹.

3.3. Agenti financijske socijalizacije

Važnom komponentom ekonomske socijalizacije smatra se financijska socijalizacija. Potrošačka i financijska socijalizacija su elementi ekonomske socijalizacije koji su ujedno i fokusirani na učenje i korištenje ekonomskih koncepata i funkcija u smjeru osobne potrošnje²⁰.

Financijska socijalizacija ne uključuje samo financijsko poboljšanje znanja, već se smatra da financijska socijalizacija analizira proces kojim se formiraju stavovi i vrijednosti koje mogu utjecati na financijsko znanje, a posebno na donošenje financijskih odluka. Financijska socijalizacija smatra se cjeloživotnim procesom, ali su rane godine života od iznimne važnosti²¹.

Agenti koji utječu na proces financijske socijalizacije su: obitelj ili roditelji, škola, iskustva na poslu te mediji²².

Agent obitelji, odnosno roditelja, smatra se da ima najveći utjecaj u financijskoj socijalizaciji djece. Tako roditelji imaju najvažniju ulogu i smatraju se ključnima za razvoj financijske pismenosti jer su primarni izvor informacija u djetetovom procesu financijskog obrazovanja. Djeca su na više načina uključena u financijsku socijalizaciju od strane obitelji odnosno roditelja na primjer prilikom kupovine, mogu biti indirektno uključena, promatrajući ponašanje svojih roditelja prilikom donošenja odluka o odabiru te načinu plaćanja te direktno ukoliko ih se uključi u navedeni proces²³.

¹⁸ Lučić, Barbić, Erceg, 2020 - Financial socialization of children

¹⁹ Štedopis (2016)

²⁰ Lučić, Barbić, Erceg, 2020 - Financial socialization of children

²¹ Moschis, G. P. (1985) - The Role of Family Communication in Consumer Socialization of Children and Adolescents

²² Clinton G. Gudmunson, Sharon M. Danes (2011.) - Family Financial Socialization: Theory and Critical Review

²³ Ward, S., Wackman, D. B., & Wartella, E. (1977). How children learn to buy: The development of consumer information- processing skills. Sage.

Uloga vršnjaka, posebice prijatelja, predstavlja ključan socijalni element u procesu socijalizacije koji značajno pridonosi obrazovanju mladih o odgovornom ponašanju u potrošnji. Premda se obitelj često ističe kao primarni faktor u financijskom odgoju djece, istraživanja ukazuju na to da vršnjaci imaju znatan utjecaj tijekom djetinjstva i adolescencije^{24,25}. U odnosu na brojna istraživanja koja se fokusiraju na obitelj kao središnji faktor socijalizacije potrošača, studije o utjecaju vršnjaka su rijetke i nepravilne²⁶.

Značaj vršnjaka kao čimbenika financijske socijalizacije posebno dolazi do izražaja u ranim tinejdžerskim godinama (10-14)^{27, 28}, a njihova uloga postaje sve izraženija kako utjecaj obitelji slabi. Osim toga, vršnjački utjecaj je najsnažniji među djecom i adolescentima iz nestabilnih obiteljskih okruženja s lošim komunikacijskim obrascima.

Vršnjaci također igraju važnu ulogu u procesu razmjene informacija o proizvodima i brendovima, što utječe na formiranje stavova i uvjerenja²⁹. Primjerice, srednjoškolci pokazuju veći skepticizam prema oglašavanju kada se oslanjaju na vršnjake kao dodatne izvore informacija³⁰. Zanimljivo je da razgovori o oglašavanju služe kao oblik socijalne interakcije među vršnjacima u srednjim školama³¹.

Sklonost ka materijalizmu također se povezuje s vršnjačkim utjecajem³², što je izraženije kod djece koja intenzivnije komuniciraju sa svojim vršnjacima³³. To je vjerojatno pojačano

²⁴ Hawkins, D.I. and Coney, K.A. (1974). 'Peer group influences on children's product preferences'. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2(2), pp. 322-331.

²⁵ Moschis, G.P. and Churchill, G.A. (1978). 'Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis', *Journal of Marketing Research*, 15(4), pp. 599-609.

²⁶ John, D. (1999). 'Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research', *The Journal of Consumer Research*, 26(3), pp. 183-213.

²⁷ Bachmann, G.R., John, D. R. and Rao, A.R. (1993). 'Children's Susceptibility to Peer Group Purchase Influence: An Exploratory Investigation', *Advances in Consumer Research*, 20(1), pp. 463-468.

²⁸ Mandrik, C.A., Fern, E.F. and Bao, Y. (2005). 'Intergenerational influence: Roles of conformity to peers and communication effectiveness', *Psychology & Marketing*, 22(10), pp. 813-832.

²⁹ Hayta, A.B. (2008). 'Socialization of the child as a consumer', *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 37(2), pp. 167-184

³⁰ Mangleburg, T.F. and Bristol, T. (1998). 'Socialization and adolescents' skepticism toward advertising', *Journal of Advertising*, 27(3), pp. 11-21.

³¹ Ritson, M. and Elliott, R. (1999). 'The social uses of advertising: an ethnographic study of adolescent advertising audiences', *Journal of Consumer Research*, 26(3), pp. 260-277.

³² Flouri, E. (1999). 'An integrated model of consumer materialism: Can economic socialization and maternal values predict materialistic attitudes in adolescents?', *The Journal of Socio-Economics*, 28(6), pp. 707-724.

³³ Moschis, G.P. and Churchill, G.A. (1978). 'Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis', *Journal of Marketing Research*, 15(4), pp. 599-609.

pritiskom vršnjaka koji mladi osjećaju u vezi s popularnim markama³⁴, dok istovremeno razvijaju svijest o društvenoj vrijednosti proizvoda³⁵.

Jednostavan način povećanja, poticanja i promocije financijske pismenosti i odgovornog financijskog ponašanja jest kroz provođenje programa financijske edukacije u školi. U zadnjih nekoliko godina sve više je škola, ali i raznih udruga, prepoznalo važnost financijske pismenosti djece. Razlog tomu su i nalazi istraživanja koji ukazuju da najnižu razinu pismenosti imaju upravo mlađi od 19 godina. Ekonomska klinika je tako pokrenula projekt "Financijska pismenost osnovnoškolaca" koji se provodi u osnovnim školama u suradnji s ravnateljima škola te učiteljima razrednih odjela. Kroz projekt djecu se educira o osnovnim financijskim i ekonomskim pojmovima³⁶. Institut za financijsko obrazovanje Štedopis, ima za cilj ima educirati 500.000 učenika osnovnih i srednjih škola do 2025. godine, a kao najveći projekt financijske pismenosti za srednje škole ističe se „Moj novac, moja budućnost“. Za one nešto starije, u dobi od 16 do 25 godina, namijenjen je edukativni projekt "BUDI FIN – financijski pismen i odgovoran" koji zajednički provode Ekonomski fakultet-Zagreb i Raiffeisen mirovinski fondovi. Program nudi sustavno i detaljno upoznavanje s financijskim ponašanjem, planiranjem i štednjom. Kroz interaktivne online radionice, koje se održavaju putem Google Meet platforme, polaznici prolaze kroz osnovni edukativni program i niz specijaliziranih tema prilagođenih njihovim interesima³⁷.

Program pokriva ključna pitanja poput važnosti novca, razumijevanja vlastitog odnosa prema trošenju, te uči polaznike kako voditi osobni proračun i štedjeti neovisno o raspoloživim financijskim sredstvima. Radionice su potpuno besplatne, a svaki polaznik na kraju dobiva potvrdu o sudjelovanju te materijale koji će im pomoći u daljnjem odgovornom upravljanju vlastitim financijama.

Ovaj edukativni pristup ne samo da jača financijsku pismenost, već i podiže samopouzdanje mladih u upravljanju novcem, pripremajući ih za izazove koji ih očekuju u svijetu rada.

³⁴ Dotson, M.J. and Hyatt, E.M. (2005), 'Major influence factors in children's consumer socialization', *Journal of Consumer Marketing*, 22(1), pp. 35-42.

³⁵ Lachance, M.J., Beaudoin, P. and Robitaille, J. (2003). 'Adolescents' brand sensitivity in apparel: influence of three socialization agents', *International Journal of Consumer Studies*, 27(1), pp. 47-57.

³⁶ Ekonomska klinika - <https://www.ekonomska-klinika.hr/projekti-ekonomska-klinika/financijska-pismenost/>

³⁷ Budi fin - <https://budifin.hr/>

Utjecaj na financijsku socijalizaciju nemaju samo roditelji i školske ustanove, već i mediji pa tako djeca kroz razne oglašivačke poruke koje se često nalaze u masovnim medijima usvajaju materijalističke vrijednosti. Djeca aktivno sudjeluju na tržištu kao potrošači te su ciljana skupina mnogim kompanijama i marketinškim kampanjama. Kako su djeca danas okružena raznim tehnologijama koje utječu na stvaranje njihovog stava o financijama, vrlo je važno da ih se pravovremeno educira te da steknu vještinu kako pametno i odgovorno donositi financijske odluke, ali i odgovoran stav prema novcu i potrošnji.³⁸

3.4. Financijsko obrazovanje, financijska pismenost i financijska socijalizacija

Financijsko obrazovanje u Hrvatskoj do 2015. godine nije bilo strukturirano niti sveobuhvatno. Ključan preokret dogodio se usvajanjem Akcijskog plana za unaprjeđenje financijske pismenosti potrošača te osnivanjem Operativne radne grupe od strane Ministarstva financija, što je označilo početak sustavnog rada na ovom području.

Veliku važnost u ovom procesu ima istraživanje financijske pismenosti provedeno 2015. godine u suradnji s Hrvatskom narodnom bankom i Hrvatskom agencijom za nadzor financijskih usluga. Istraživanje je istaknulo ključne aspekte financijske pismenosti, poput financijskog znanja, ponašanja i odnosa prema novcu, te je postalo temelj za daljnje obrazovne inicijative.

Jedan od ključnih zaključaka istraživanja je da građani mlađi od 19 godina imaju najnižu razinu financijske pismenosti, dok visokoobrazovani građani pokazuju najvišu razinu. Ovo otkriće potaknulo je razvoj odgojno-obrazovnih sadržaja usmjerenih na mlade kako bi se unaprijedila njihova financijska pismenost i svijest o financijskim procesima³⁹.

³⁸ Lučić, Barbić, Erceg, 2020 - Financial socialization of children

³⁹ HANFA - <https://www.hanfa.hr/vijesti/04022016-predstavljeni-rezultati-istrazivanja-mjerenje-financijske-pismenosti/#>

4. ANALIZA FINANCIJSKE PISMENOSTI RODITELJA I DJECE U HRVATSKOJ

U ovom poglavlju prikazani su rezultati istraživanja financijske pismenosti roditelja i djece u Republici Hrvatskoj. Anketa je provedena on-line putem s ciljem utvrđivanja razine financijskih znanja i vještina roditelja i djece i donošenja zaključka o potrebi financijskog obrazovanja ovih dviju ciljanih skupina.

4.1. Opis istraživanja

Cilj istraživanja je utvrditi jesu li roditelji i djeca u Republici Hrvatskoj financijski pismeni te identificirati njihovu razinu financijske pismenosti te je usporediti s nalazima drugih relevantnih istraživanja.

Korištena metoda ispitivanja je anketni upitnik. Istraživanje je provedeno korištenjem uzorka snježne grude (*eng. Snowball sample*). Snježna gruda je tehnika anketiranja koja se temelji na ciljanom odabiru uskog kruga ljudi koji zatim šire uzorak⁴⁰. Tako je ispitanicima inicijalna anketa podijeljena putem društvene mreže Facebook. Anketa (Prilog 1) se sastojala od pet dijelova. U prvom dijelu bila su pitanja koja su bila namijenjena roditeljima, a koja su obuhvatila socio-demografske podatke kojima su prikupljene opće informacije o ispitanicima kao spol, dob, obrazovanje, mjesečna primanja te pitanja o njihovoj financijskoj pismenosti. U pitanja o financijskoj pismenosti roditelja uvrštena su i pitanja „Big five“ koje su razvile Lusardi i Mitchell. Pitanja o financijskoj pismenosti „Big five“ koriste se diljem svijeta kao uvriježena mjera financijske pismenosti⁴¹. U drugom dijelu upitnika nalazila su se pitanja namijenjena djeci vezana uz o pojam financijske pismenosti te izvor financijske edukacije. U drugom dijelu ankete djeca, odnosno roditelji za djecu vrtićke dobi, bi označili u koju dobnu skupinu djeca spadaju i prema tome su daljnja pitanja o financijskoj pismenosti bila prilagođena. Tako se treći dio ankete odnosio na djecu vrtićke dobi, odnosno za djecu do navršene 7. godine života, četvrti dio upitnika se odnosi na djecu od 7. godine do 13. godine života te peti dio ankete je namijenjen djeci od 13. do 18. godine života.

Na sva pitanja koja su bila dio anketnog upitnika, ispitanici su imali ponuđene odgovore.

⁴⁰ Struna – Hrvatsko strukovno nazivlje <http://struna.ihj.hr/naziv/metoda-snezne-grude/20469/>

⁴¹ Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC) <https://gflec.org/education/questions-that-indicate-financial-literacy/>

4.2. Opis ispitanika

U razdoblju od 02. veljače do 02. ožujka 2024. godine provedeno je istraživanje na uzorku od 324 ispitanika roditelja, te 334 djece od čega je 101 ispitanika do 7. godine života, 126 ispitanika od 7. do 13. godine života te 107 ispitanika od 13. do 18. godine života.

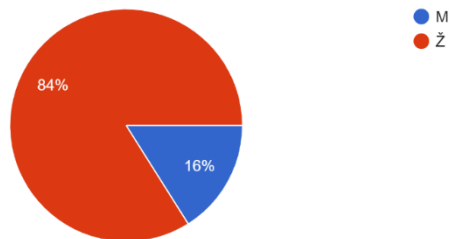
Svi ispitanici su dobrovoljno sudjelovali, a sva djeca uz prethodnu suglasnost roditelja.

4.2.1. Provedeno istraživanje financijske pismenosti roditelja

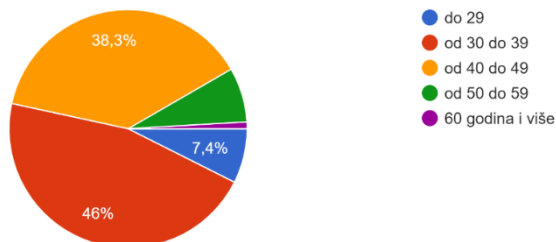
Socio-demografske karakteristike ispitanika prikazane su u grafikonu 1.

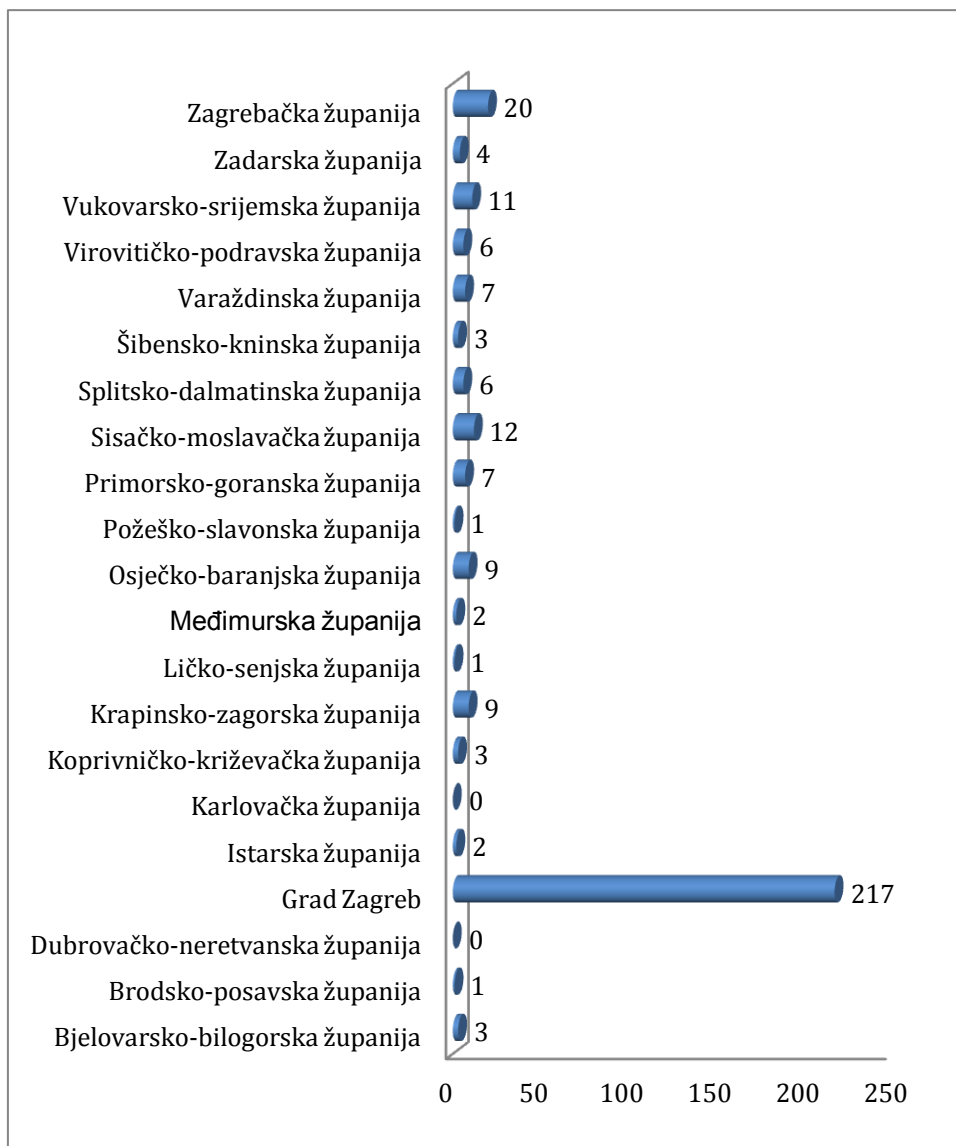
Grafikon 1: Socio-demografske karakteristike ispitanika

Spol:
324 odgovora

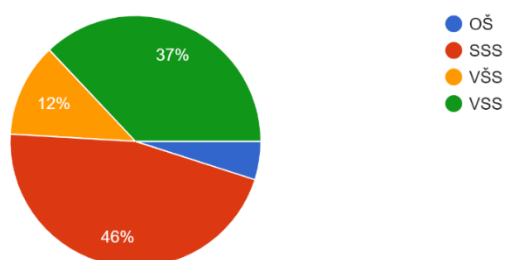


Dob
324 odgovora

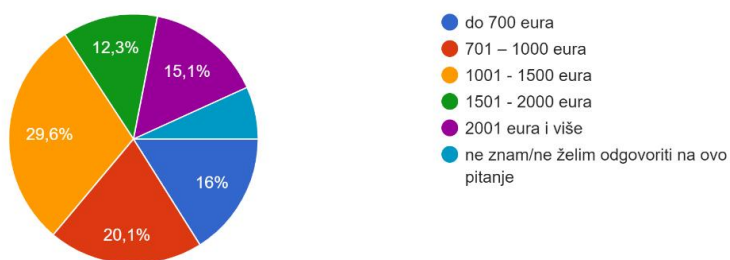




Stupanj obrazovanja
324 odgovora



Kolika su Vaša osobna mjesečna primanja?
324 odgovora



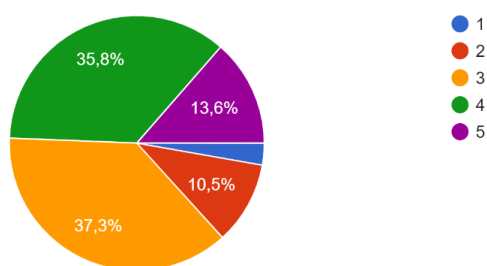
Izvor: Autorica

Kako je prikazano u grafikonu 1, od ukupno 324 ispitanika, većinu čine žene (84%). Najviše ispitanika (46%) spada u dobnu skupinu od 30-39 godina, a slijede ispitanici starosne dobi od 40-49 godina (38,3%). Nešto manje od polovice ispitanika ima srednju stručnu spremu (46%), a potom visoku stručnu spremu (37%). Najviše ispitanika ostvaruje osobna mjesečna primanja između 1.001,00 – 1.500,00 eur, odnosno 29,6%.

U nastavku slijede rezultati provedenog istraživanja, a vezana uz financijsku pismenost roditelja.

Grafikon 2: Subjektivna ocjena financijske pismenosti roditelja

Kojom ocjenom bi ocijenili vlastitu financijsku pismenost?
324 odgovora



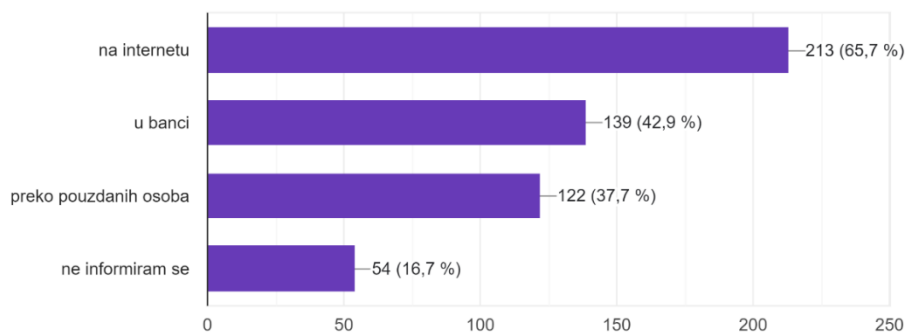
Izvor: Autorica

Prema rezultatima iz anketnog upitnika, 37,3% ispitanika se izjasnilo da bi vlastitu financijsku pismenost ocijenili s ocjenom 3, odnosno 121 ispitanik, dok s ocjenom 4 bi se ocijenilo 35,8% ispitanika, tj. 116 ispitanika.

Grafikon 3: Izvori informiranja o financijskim pojmovima

O financijskim pojmovima informirate se:

324 odgovora



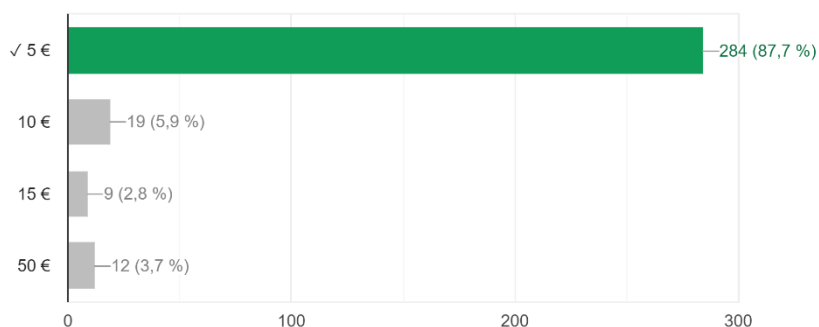
Izvor: Autorica

Najviše ispitanika se služi internetom, njih 213 (65,7%) kako bi se informirali o financijskim pojmovima.

Grafikon 4: Razumijevanje kamata

Koliko iznose kamate na jednogodišnje oročenje 100 € uz godišnju kamatnu stopu od 5%?

284 / 324 točna odgovora



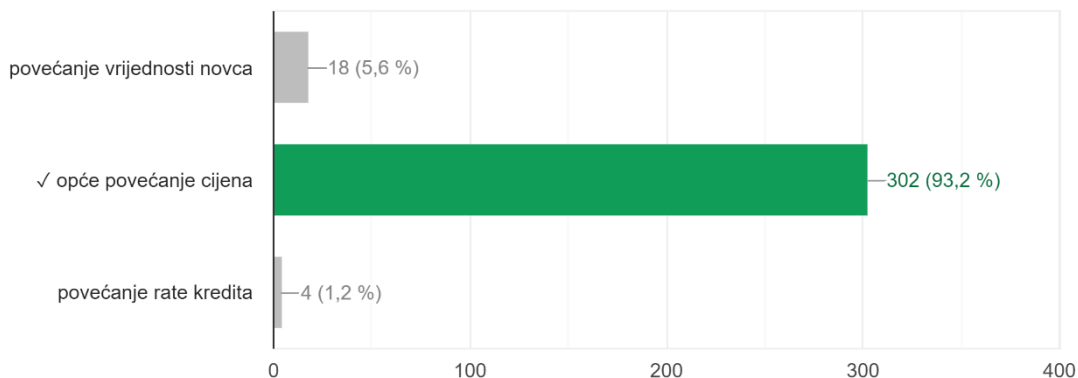
Izvor: Autorica

Na pitanje koliko iznose kamate na jednogodišnje oročenje od 100 € uz godišnju kamatnu stopu od 5%, većina ispitanika, njih 284, je odgovorilo točno na postavljeno pitanje, odnosno 87,7% te je odgovorilo da kamate iznose 5€.

Grafikon 5: Razumijevanje inflacije

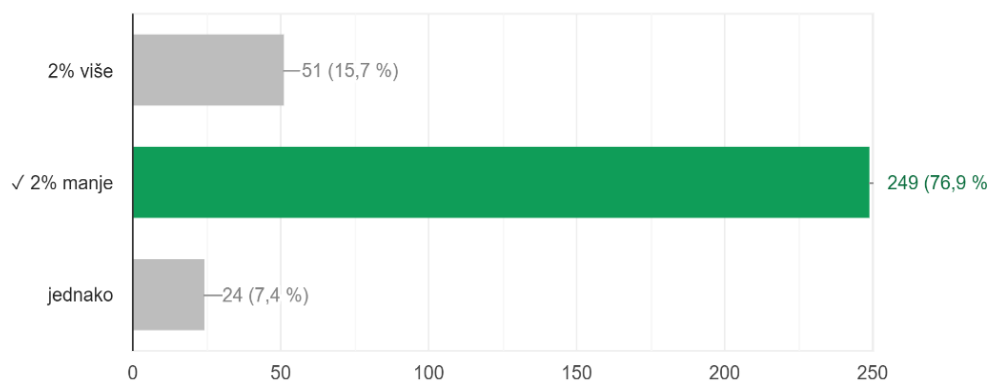
Inflacija je:

302 / 324 točna odgovora



Ako je stopa inflacije 2% godišnje, 100 eura će nakon godine dana realno vrijediti:

249 / 324 točna odgovora



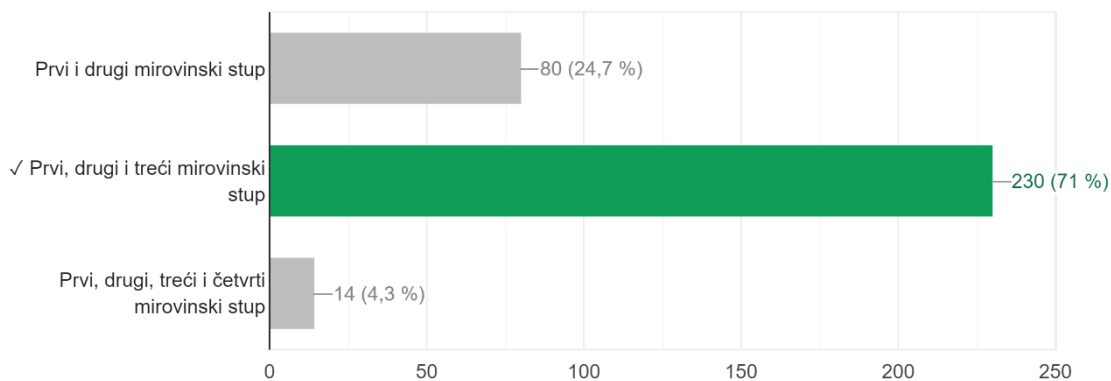
Izvor: Autorica

Većina ispitanika je točno odgovorila na pitanja o inflaciji pa je tako 302 ispitanika (93,2%) odgovorilo da je inflacija opće povećanje cijena, dok je na drugo postavljeno pitanje o inflaciji 249 ispitanika (76,9%) odgovorilo da će 100 eura realno vrijediti 2% manje, ako je stopa inflacije 2% godišnje.

Grafikon 6: Razumijevanje mirovinskog sustava

Mirovinski sustav u Hrvatskoj je trenutno podijeljen na:

230 / 324 točna odgovora



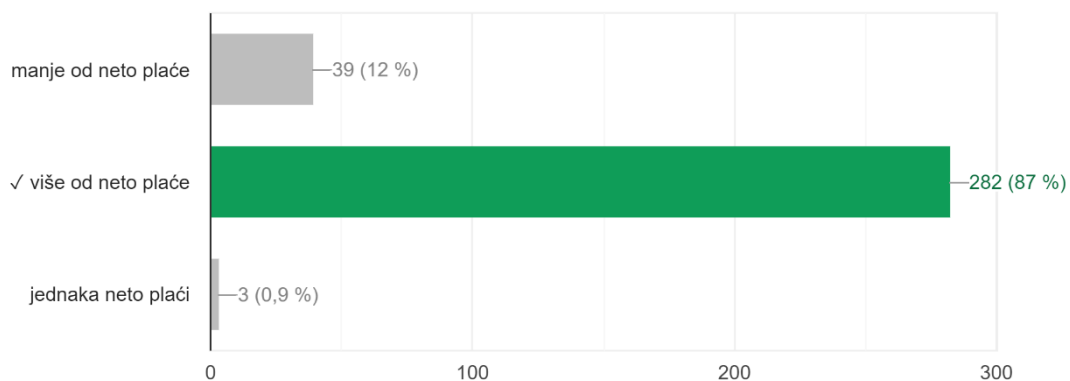
Izvor: Autorica

Nešto manje od $\frac{3}{4}$ ispitanika, odnosno 230 ispitanika (71%) je odgovorilo točno kako je mirovinski sustav u Hrvatskoj podijeljen na prvi, drugi i treći mirovinski stup.

Grafikon 7: Razumijevanje bruto i neto plaće

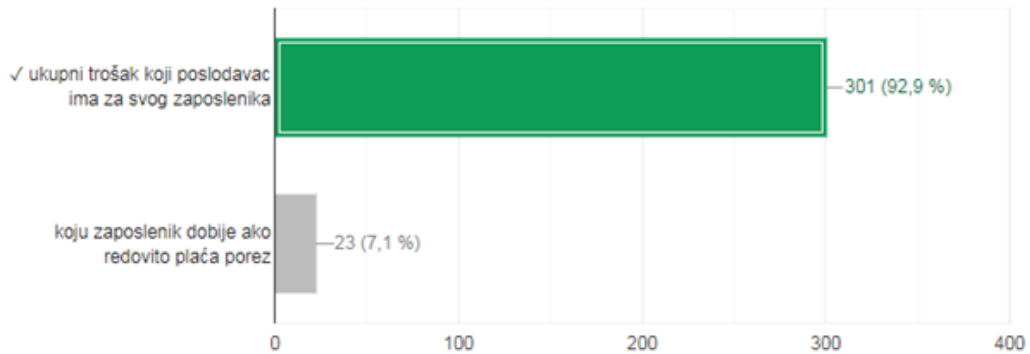
Ukoliko neto plaća iznosi 1.120,00 eura, koliko će iznositi bruto plaća:

282 / 324 točna odgovora



Bruto 2 je:

301 / 324 točna odgovora



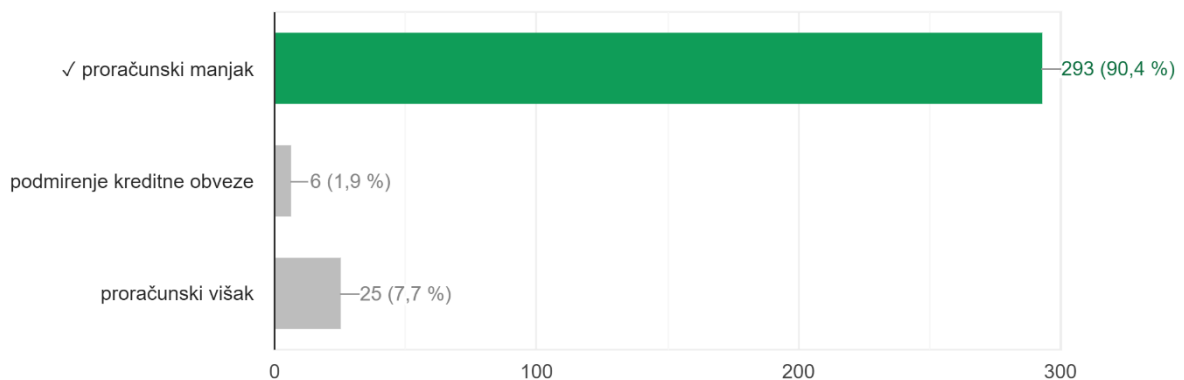
Izvor: Autorica

Približno 90%, odnosno 282 ispitanika su odgovorila točno da će bruto plaća iznosi više od neto plaće. 301 ispitanik, odnosno njih 92,9% je odgovorilo točno, kako je bruto 2 ukupni trošak koji poslodavac ima za svog zaposlenika.

Grafikon 8: Razumijevanje proračunskog deficita

Deficit je:

293 / 324 točna odgovora



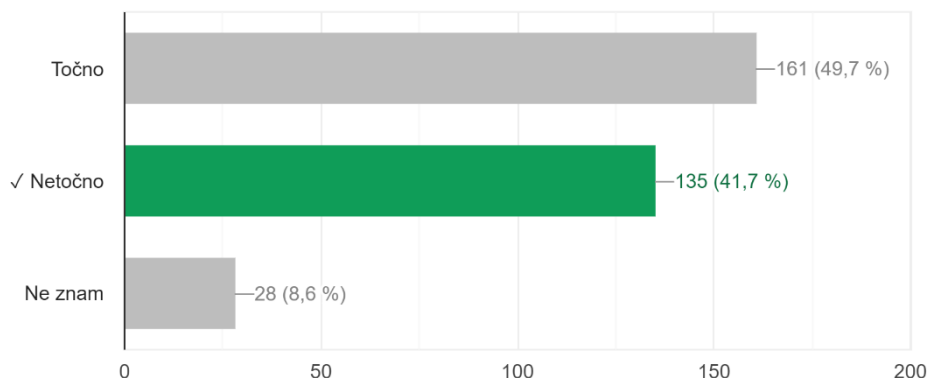
Izvor: Autorica

Više od 90%, odnosno 293 ispitanika su odgovorila točno da je deficit proračunski manjak.

Garafikon 9: Razumijevanje anuiteta i rata

Mislite li da je sljedeća tvrdnja točna ili netočna? Anuitet je isto što i rata.

135 / 324 točna odgovora



Izvor: Autorica

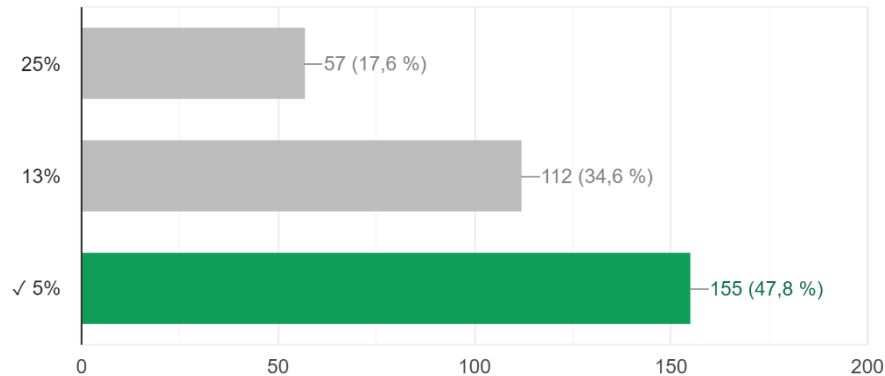
Većina ispitanika odgovorilo je netočno na pitanje o načinu otplate kredita, složivši se da je anuitet isto što i rata, njih 49,7%, odnosno 161 ispitanik). Anuiteti i rate su mjesečne otplate kredita, ali se različito formiraju stoga utječu na iznos otplate kredita. Anuiteti su jednake mjesečne otplate koje se sastoje dijelom od glavnice te kamate na preostalu glavnici pa se svakom otplatom mijenja struktura anuiteta. Na početku kredita u anuitetu se dominantno otplaćuju kamate te se s vremenom to mijenja i sve se više otplaćuje glavnica. Dok se pri otplati kredita na rate mjesečna obveza mijenja. Iznos glavnice u svakoj je rati jednak, a iznos se na preostalu glavnici se s vremenom smanjuje zbog čega rata postaje sve manja. Otplata kredita u ratama je brža i jeftinija, ali je potrebna veća kreditna sposobnost klijenta jer na početku otplate kredita zahtijeva i veći iznos otplate⁴².

⁴² Addiko - <https://www.addiko.hr/financijska-pismenost/otplata-na-rate-ili-anuitetna-otplata-i-u-cemu-je-razlika/>

Grafikon 10: Znanje o PDV-u

PDV na mlijeko obračunava se po stopi:

155 / 324 točna odgovora



Izvor: Autorica

Manje od polovice ispitanika, odnosno 47,8% je odgovorilo točno da se PDV na mlijeko obračunava po stopi od 5%. Naime, prema Zakonu o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost, Narodne novine 39/2022 PDV se obračunava i plaća po sniženoj stopi od 5% na sve vrste mlijeka (kravlje, ovčje, kozje) koje se stavlja u promet pod istim nazivom u tekućem stanju, svježe, pasterizirano, homogenizirano, kondenzirano (osim kiselog mlijeka, jogurta, kefira, čokoladnog mlijeka i drugih mliječnih proizvoda), nadomjestke za majčino mlijeko⁴³.

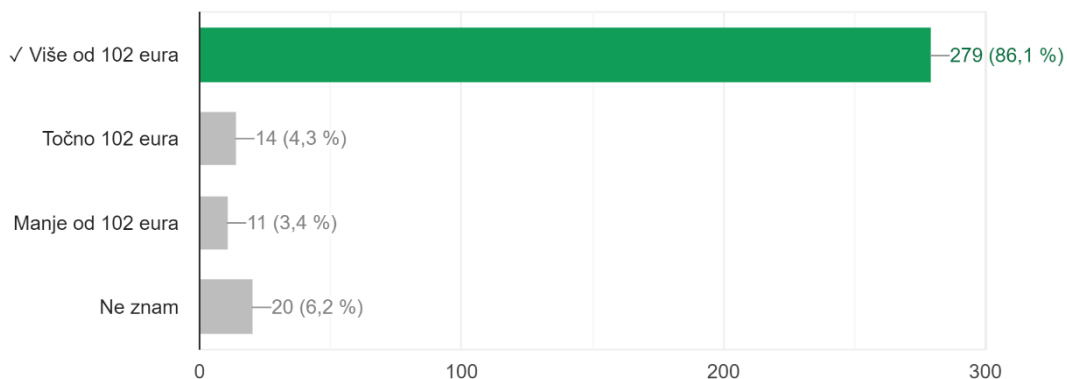
U sljedećih 5 grafikona (11-15) predstavljeno su rezultati financijske pismenosti prema pitanjima „Big five“ koje su razvile Lusardi i Mitchell. Pitanja o financijskoj pismenosti „Big five“ koriste se diljem svijeta kao uvriježena mjera financijske pismenosti.

⁴³ Narodne novine - https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022_03_39_478.html

Grafikon 11: Mjerenje numeričkih vještina i razumijevanje kamatnih stopa

Pretpostavimo da ste imali 100 eura na štednom računu i da je kamatna stopa 2% godišnje. Nakon 5 godina, koliko mislite da biste imali na računu ako ostavite novac da raste?

279 / 324 točna odgovora



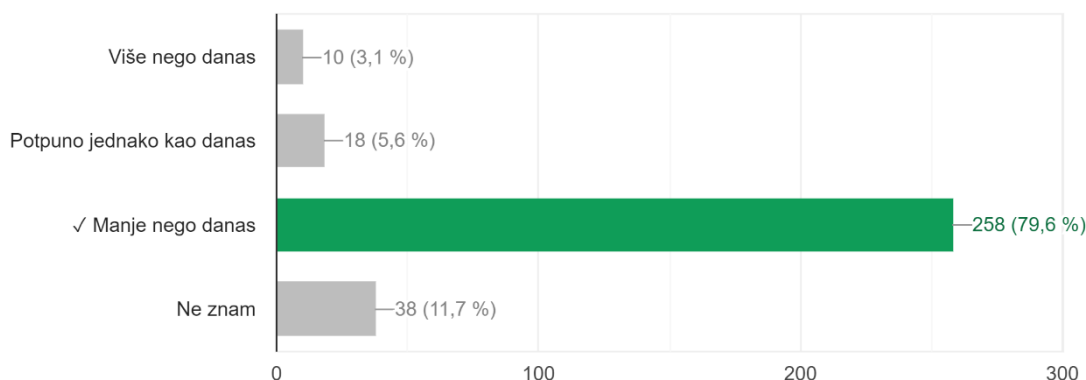
Izvor: Autorica

Prilikom mjerenja numeričkih vještina i razumijevanje kamatnih stopa većina ispitanika, njih 279, odnosno 86,1%, je odgovorilo točno na pretpostavku da ukoliko ste imali 100 eura na štednom računu te da je kamatna stopa 2% godišnje da će nakon 5 godina na računu imati više od 102 eura.

Grafikon 12: Mjerenje numeričkih vještina i razumijevanja inflacije

Zamislite da je kamatna stopa na vašem štednom računu bila 1% godišnje, a inflacija 2% godišnje. Nakon jedne godine, s novcem na ovom računu, mogli bi kupiti ...

258 / 324 točna odgovora



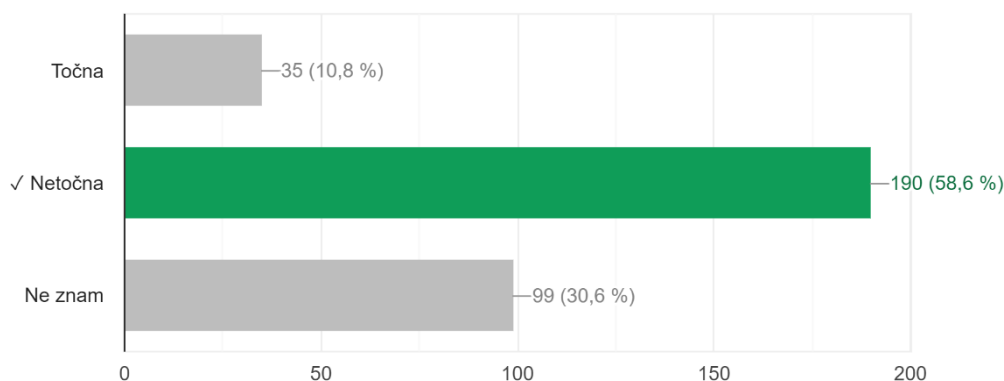
Izvor: Autorica

Uslijed mjerenja numeričkih vještina i razumijevanje inflacije, većina ispitanika je odgovorilo točno na postavljeno pitanje, odnosno 258 ispitanika (79,6%) je odgovorilo da bi mogli kupiti manje danas, nakon jedne godine štednje s kamatnom stopom na štednom računu 1% godišnje, a inflacijom 2% godišnje.

Grafikon 13: Mjerenje razumijevanja diverzifikacije rizika

Mislite li da je sljedeća tvrdnja točna ili netočna? Investiranje sredstava u vrijednosne papire (dionice) jedne tvrtke obično daje sigurniji povrat o...ijednosne papire više različitih dioničkih društava.

190 / 324 točna odgovora

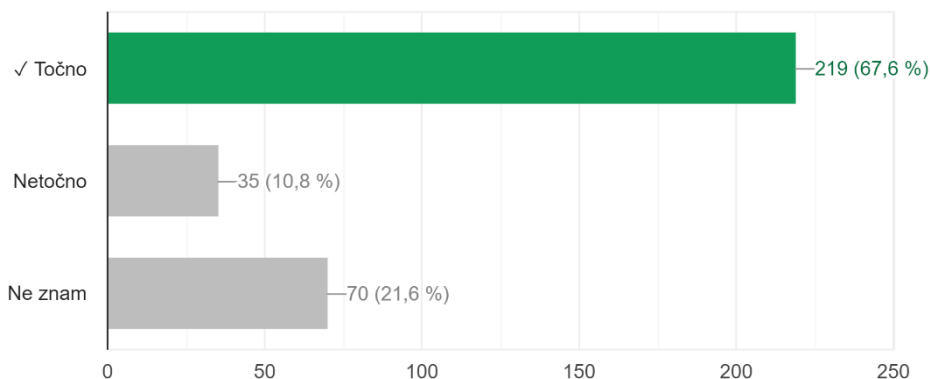


Izvor: Autorica

Prilikom mjerenja razumijevanja diversifikacije rizika, ustanovljeno je da većina ispitanika razumije isto, pa je tako odgovorila kako nije točna tvrdnja da investiranje sredstava u vrijednosne papire (dionice) jedne tvrtke obično daje sigurniji povrat od ulaganja u dioničke fondove ili u vrijednosne papire više različitih dioničkih društava. Na navedeno pitanje da je tvrdnja netočna odgovorilo je 190 ispitanika, odnosno 58,6%.

Grafikon 14: Mjerenje znanja o hipotekarnom kreditu

Hipotekarni zajam s rokom otplate 15 godina obično ima veću ratu od hipotekarnog zajma s rokom otplate od 30 godina, ali ukupna kamata plaćena z...e niža od kamata plaćenih na zajam od 30 godina.
219 / 324 točna odgovora

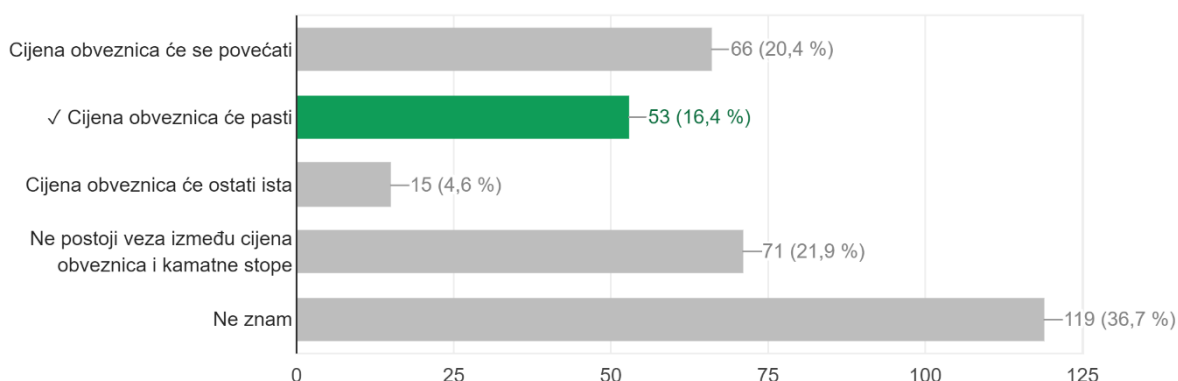


Izvor: Autorica

Na pitanje o hipotekarnom kreditu većina je ispitanika odgovorila točno, odnosno 219 ispitanika (67,6%), da hipotekarni zajam s rokom otplate 15 godina obično ima veću ratu od hipotekarnog zajma s rokom otplate od 30 godina, ali ukupna kamata plaćena za vrijeme trajanja kredita od 15 godina bit će niža od kamata plaćenih na zajam od 30 godina.

Grafikon 15: Mjerenje razumijevanja ulaganja u obveznice

Ako kamatne stope porastu, što će se obično dogoditi s cijenama obveznica?
53 / 324 točna odgovora

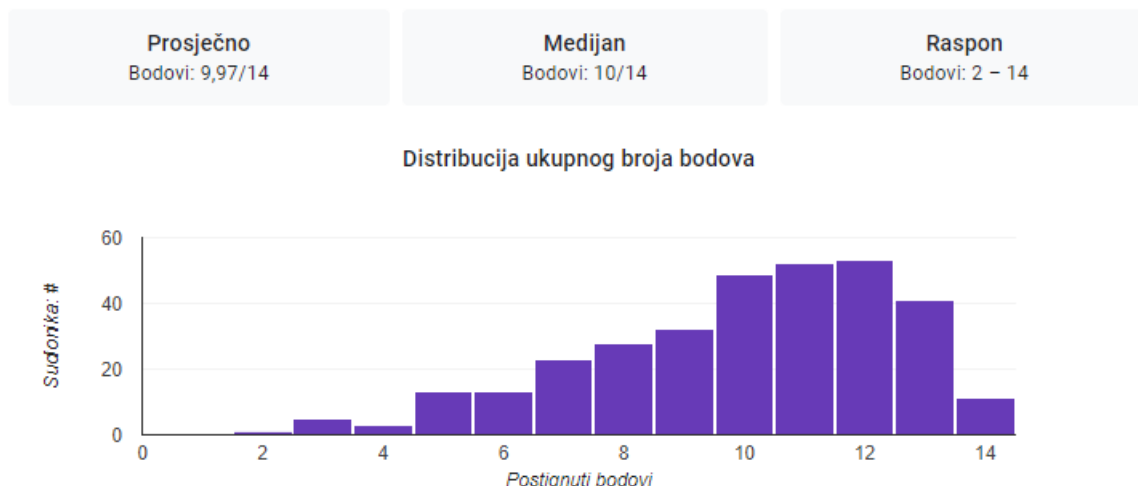


Izvor: Autorica

Većina ispitanika je odgovorila da ne zna ili je krivo odgovorila na pitanje što će se dogoditi s cijenama obveznica, ako kamatne stope porastu. Točno je odgovorilo samo 53 ispitanika, odnosno 16,4%, da će cijena obveznika pasti ako kamatne stope porastu. Naime, promjene u kamatnim stopama imaju značajan utjecaj na cijene obveznica. Kada centralna banka ili tržište povećaju kamatne stope, to znači da će nove obveznice izdati s višim kamatnim stopama kako bi privukle investitore. Starije obveznice s nižim kamatnim stopama postaju manje atraktivne u usporedbi s novim, jer nove obveznice nude veće prinose. Kao rezultat toga, investitori će tražiti popuste na stare obveznice kako bi izjednačili njihovu efektivnu prinudnu stopu s onima koje nude nove obveznice. To dovodi do pada cijena starijih obveznica⁴⁴.

U nastavku su prikazani ukupni rezultati istraživanja financijske pismenosti roditelja. Za svaki točni odgovor dodijeljen je 1 bod, pa su tako ispitanici mogli ostvariti maksimalno 14 bodova. Odgovori na pitanja koja su se vrednovala su razumijevanje kamata, inflacije, mirovinskog sustava, bruto i neto plaće, deficit, anuiteta i rata, PDV-a, diverzifikacija rizika, hipotekarnog kredita te razumijevanje ulaganja u obveznice.

Grafikon 16: Ostvareni bodovi financijske pismenosti roditelja

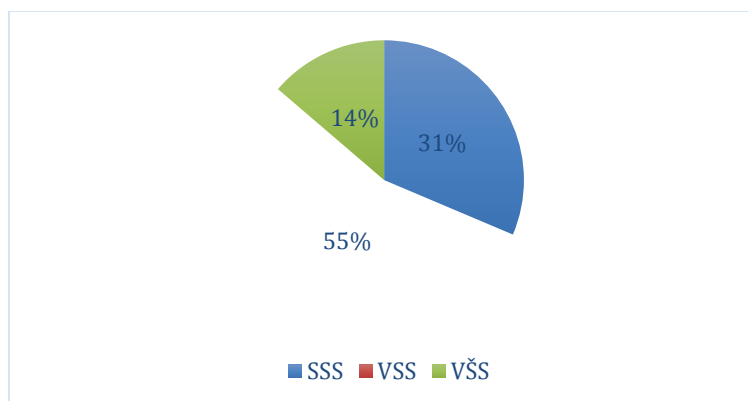


Izvor: Autorica

⁴⁴ Hrvatska gospodarska komora - Odjel za financijske institucije i makroekonomske analize u suradnji s Grupacijom tržišta kapitala HGK, veljača 2023. godine

Prema distribuciji ukupnog broja bodova, vidljivo je da većina ispitanika ima prosječno znanje o financijskoj pismenosti. 12 točnih odgovora imalo je 53 ispitanika (16%), 13 točnih odgovora imalo je 41 ispitanik (3%), dok je samo 11 ispitanika (3%) odgovorilo na sve točne odgovore.

Grafikon 17: Stručna sprema ispitanika sa ostvarenim najvećim brojem bodova (12, 13 i 14)



Izvor: Autorica

Najveći udio ispitanika koji su ostvarili 12, 13 ili 14 bodova od mogućih 14 bodova su ispitanici koji su visoko obrazovani, njih 55%, odnosno 56 ispitanika. Nakon toga slijede ispitanici sa srednjom stručnom spremom (31%) i potom oni s višom stručnom spremom (14%).

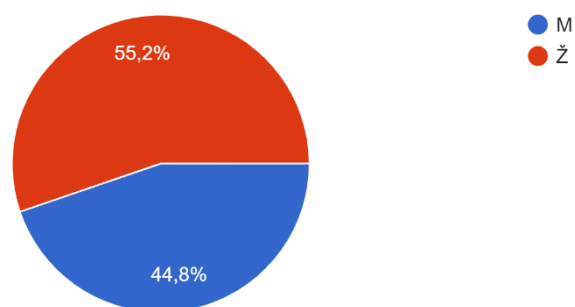
4.2.2. Provedeno istraživanje financijske pismenosti djece

U nastavku su rezultati provedenog istraživanja financijske pismenosti djece.

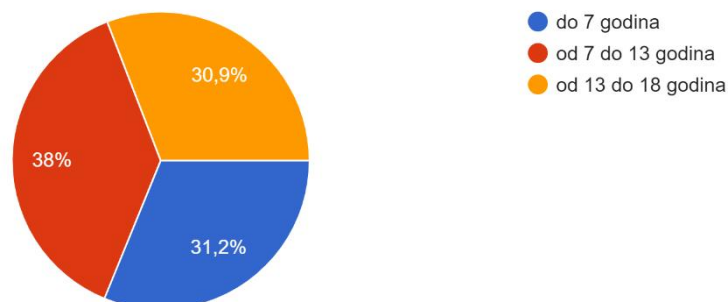
Sociološke karakteristike ispitanika prikazane su u grafikonu 18.

Grafikon 18: Sociološke karakteristike

Spol:
324 odgovora



Godine starosti djeteta.
324 odgovora



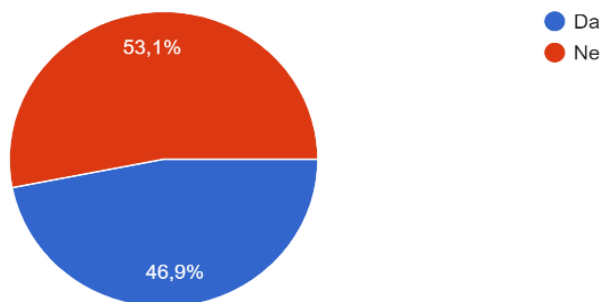
Izvor: Autorica

Gotovo podjednaki udio strukture čine ispitanici muške i ženske djece, odnosno 44,8% (145 ispitanika) prema 55,2% (179 ispitanika). U istraživanju je sudjelovalo 334 ispitanika, odnosno 101 ispitanik do 7. godine života (31,2%), 126 ispitanika od 7. do 13. godine života (38%) te 107 ispitanika od 13. do 18. godine života (30,9%).

Grafikon 19: Financijska pismenost djece

Jesi li ikad čuo/la za pojam financijske pismenosti?

324 odgovora

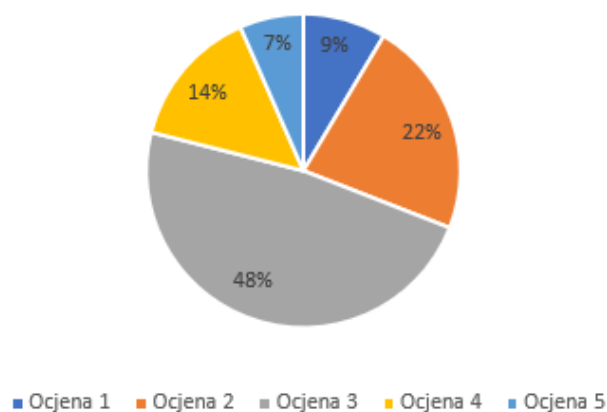


Izvor: Autorica

Većina ispitane djece nije upoznata s pojmom financijske pismenosti, njih 53,1% (172 ispitanika), dok je njih 46,9% (152 ispitanika) upoznato s pojmom.

Niže se nalazi grafikon koji prikazuje rezultate djece koja su čula za financijsku pismenost.

Grafikon 20: Subjektivna ocjena financijske pismenosti

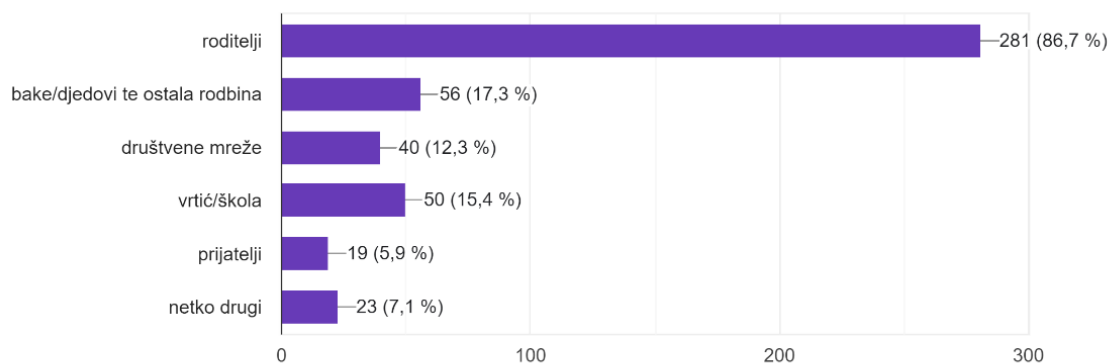


Izvor: Autorica

Grafikon 21: Izvori informiranja o financijskim pojmovima

Tko te najviše uči o novcu?

324 odgovora



Izvor: Autorica

Većina ispitanika navodi kako ih roditelji najviše uče o novcu, njih 86,7%, odnosno 281 ispitanik.

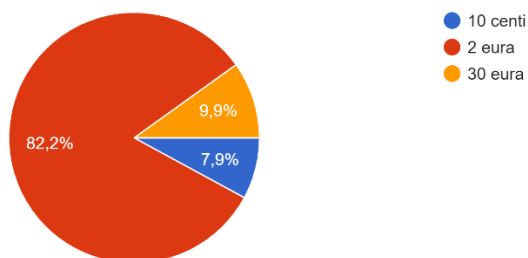
4.2.2.1. Provedeno istraživanje financijske pismenosti djece do 7 godina

U grafikonima 22 i 23 prikazano je financijsko znanje i ponašanje djece do 7 godina.

Grafikon 22: Financijsko znanje djece do 7 godina

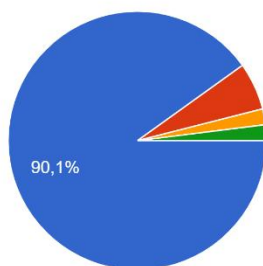
Koliko otprilike košta jedna čokolada u dućanu?

101 odgovor



Roditelji imaju novaca zato što:

101 odgovor



- Primaju plaću za svoj rad
- Odu u dućan i teta na blagajni im vrati novac
- Dignu novce na bankomatu i ne moraju raditi
- Ostalo

Izvor: Autorica

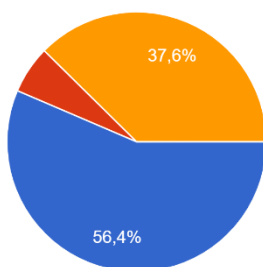
82,2% djece do 7 godina je točno odgovorilo kako jedna čokolada košta otprilike 2 eura.

90,1% ispitanika je odgovorilo kako roditelji primaju plaću za svoj rad.

Grafikon 23: Financijsko ponašanje djece do 7 godina

Kada nešto želim iz dućana (npr. sličice, igračku, čokoladu...) ja ću:

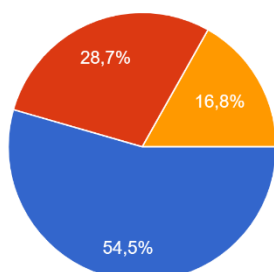
101 odgovor



- tražiti roditelje/bake i djedove da mi to kupe
- kupiti ću od svojih ušteđenih novaca
- ponekad ću tražiti starije da mi to kupe, a ponekad ću kupiti svojim novcem

Kada dobiješ novac npr. za rođendan što napraviš s njim?

101 odgovor



- Spremit u svoju kasicu u kojoj štedim novac
- Dam roditeljima da mi mogu kupiti nešto što mi je potrebno (npr. odjeću, hranu, platiti sport...)
- Odmah želim ići u dućan i kupiti si nešto što želim

Izvor: Autorica

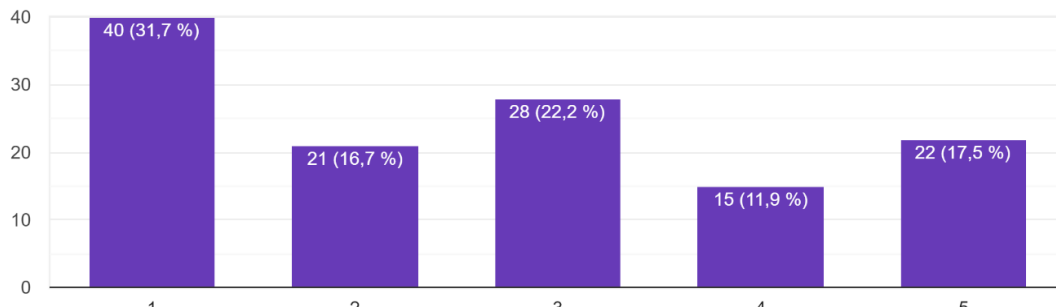
Većina djece, odnosno 56,4%, do 7 godina kada poželi nešto iz dućana većinom će tražiti roditelje/bake i djedove da im isto kupe. Više od polovice djece, odnosno 54,5% štedi svoj novac, kada isti dobije npr. za poklon.

4.2.2.2. Provedeno istraživanje financijske pismenosti djece od 7 godina do 13 godina

Grafikon 24: Financijski stavovi ponašanje djece od 7 godina do 13 godina

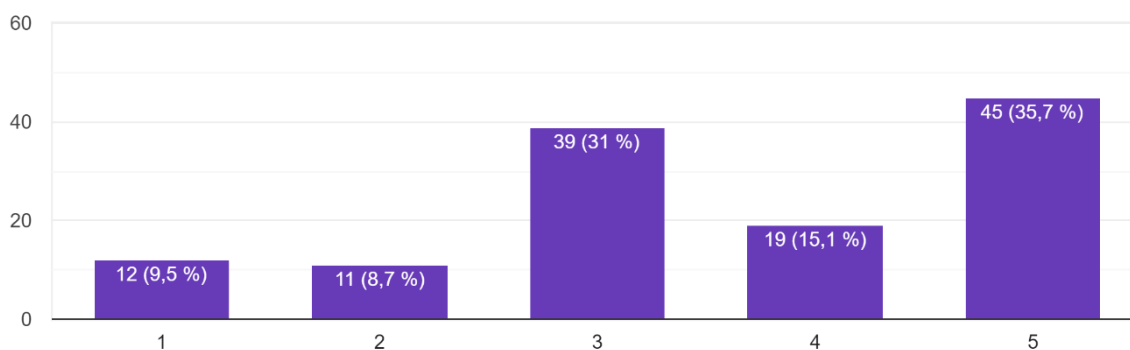
Financijska pismenost važna je samo odraslima (1 znači da se u potpunosti ne slažete s navedenom tvrdnjom, dok 5 označava da se u potpunosti slažete s navedenom tvrdnjom).

126 odgovora



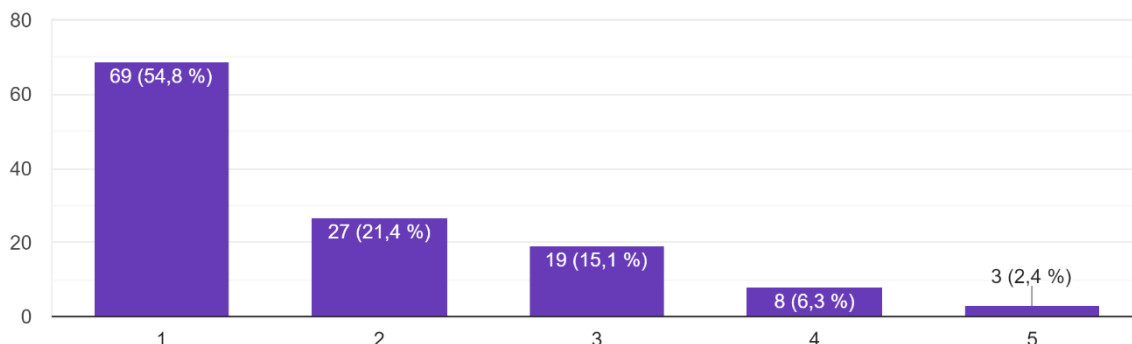
Djeca/mladi trebaju razumjeti pojmove kao što su debitna kartica, osobni proračun, štednja, kamate (1 znači da se u potpunosti ne slažete s n...da se u potpunosti slažete s navedenom tvrdnjom)

126 odgovora



U školi imam prilike učiti o financijskoj pismenosti (1 znači da se u potpunosti ne slažete s navedenom tvrdnjom, dok 5 označava da se u potpunosti slažete s navedenom tvrdnjom)

126 odgovora



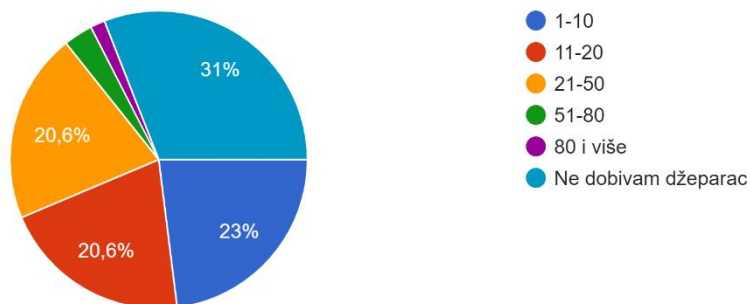
Izvor: Autorica

Većina ispitanika od 7 do 13 godina smatra kako financijska pismenost nije važna samo odraslima. Više od polovice ispitanika je odgovorilo kako u školi nemaju prilike učiti o financijskoj pismenosti iako smatraju da djeca i mladi trebaju razumjeti pojmove kao što su debitna kartica, osobni proračun, štednja i kamate.

Grafikon 25: Džeparac

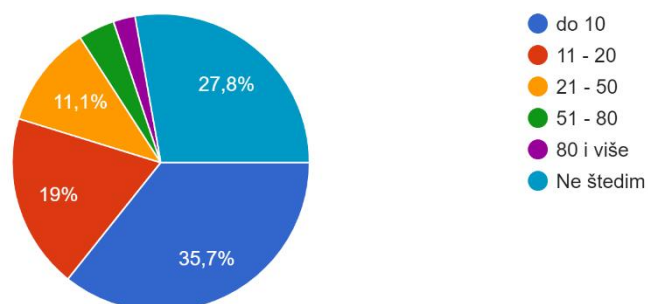
Koji je iznos tvog mjesečnog džeparca u eurima?

126 odgovora



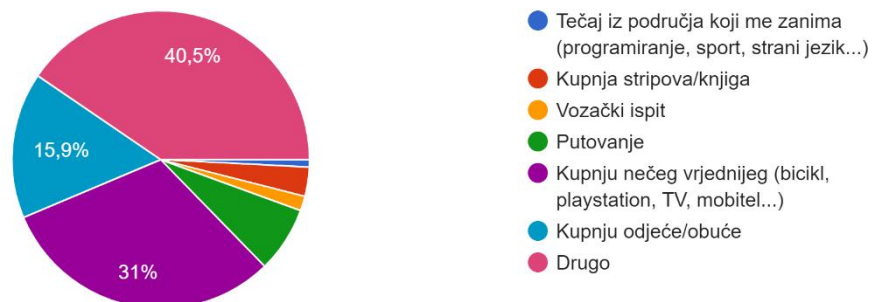
Koliko eura uspješ mjesечно uštedjeti?

126 odgovora



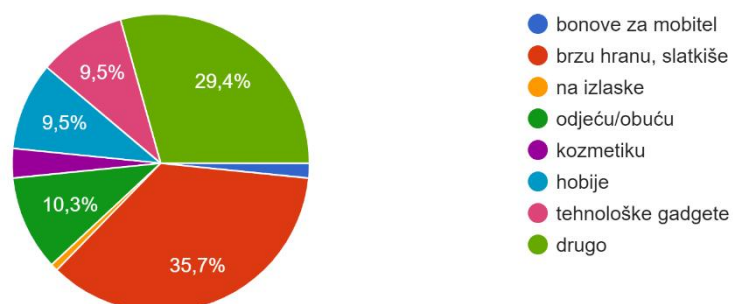
Uštedeni iznos planiram potrošiti na:

126 odgovora



Najviše novaca trošim na:

126 odgovora



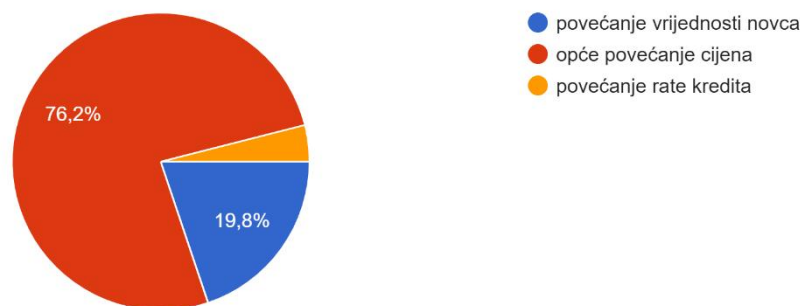
Izvor: Autorica

Čak 31% ispitanika, odnosno njih 39, ne dobiva džeparac, iako većina stručnjaka, navodi kako je vrlo važno u tinejdžerskoj dobi važno raspolagati s određenim iznosom novca kako bi

stekli ispravnije financijsko ponašanje i navike.⁴⁵ 91 ispitanik (64,3%) se izjasnilo kako uspije mjesečno uštedjeti nešto novca, dok 35 ispitanika (27,8%) se izjasnilo kako uopće ne štede. Tako većina ispitanika ušteđeni iznos planira potrošiti na kupnju nečeg vrijednog (bicikl, playstation, TV, mobitel i sl.) ili na nešto drugo. Čak 45 ispitanika (35,7%) svoj novac troši na brzu hranu i slatkiše.

Grafikon 26: Financijsko znanje djece od 7 godina do 13 godina

Inflacija je:
126 odgovora



Izvor: Autorica

Na pitanje o inflaciji točno je odgovorilo 96 ispitanika (76,2%), odnosno označilo je kako je inflacija opće povećanje cijena.

4.2.2.3. Provedeno istraživanje financijske pismenosti djece od 13 godina do 18 godina

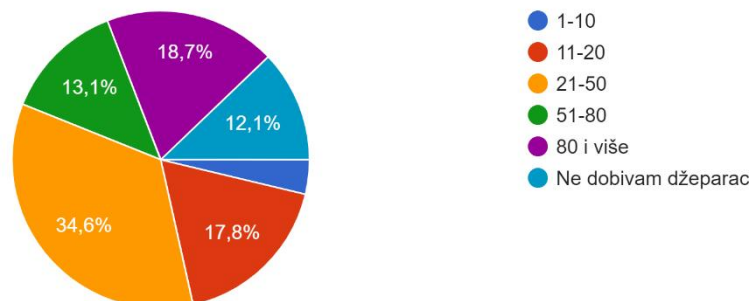
U nastavku su prikazani rezultati istraživanja financijske pismenosti djece u dobi od 13 do 18 godina

⁴⁵ POSLOVNI DNEVNIK - <https://www.poslovni.hr/hrvatska/savjet-glasi-dati-dzeparac-da-bi-mladi-bili-odgovorniji-u-trosenju-4383157>

Grafikon 27: Džeparac

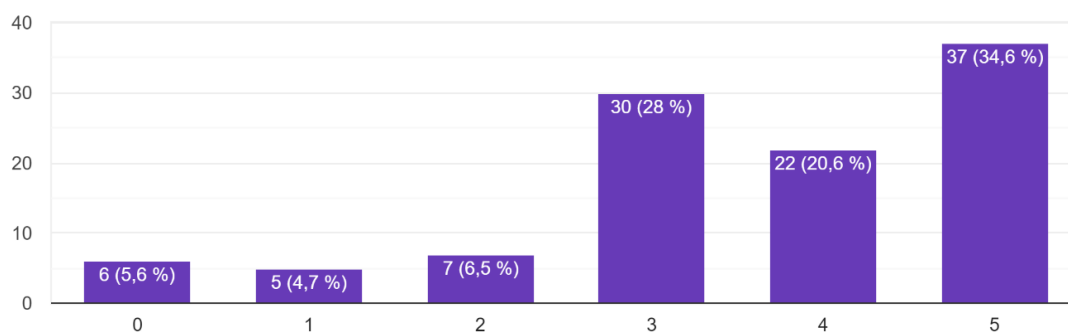
Koji je iznos tvog mjesečnog džeparca u eurima?

107 odgovora



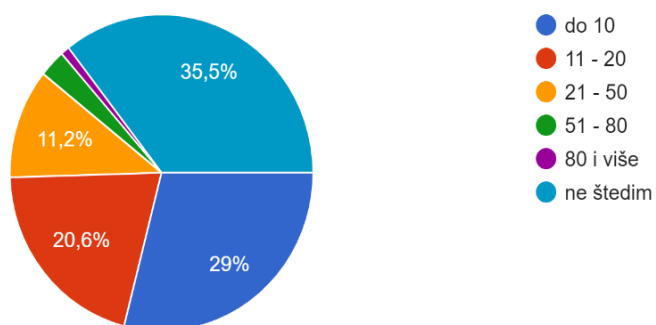
Zadovoljan/na sam svojim mjesečnim džeparcem (1 znači da se u potpunosti ne slažete s navedenom tvrdnjom, dok 5 označava da se u potpunosti slažete s navedenom tvrdnjom).

107 odgovora



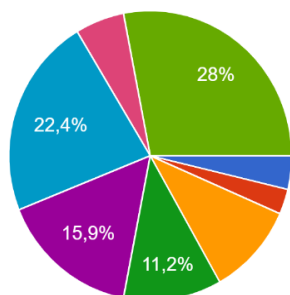
Koliko eura uspješ mjesечно uštedjeti?

107 odgovora



Uštedeni iznos planiram potrošiti na:

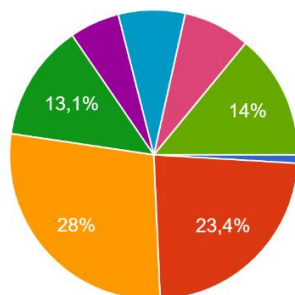
107 odgovora



- Tečaj iz područja koji me zanima (programiranje, sport, strani jezik...)
- Kupnja stripova/knjiga
- Vozački ispit
- Putovanje
- Kupnju nečeg vrijednijeg (bicikl, playstation, TV, mobitel...)
- Kupnju odjeće/obuće
- Kupnju dara dragoj osobi
- Ostalo

Najviše novaca trošim na:

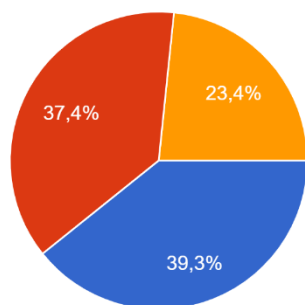
107 odgovora



- bonove za mobitel
- brzu hranu, slatkiše
- na izlaske
- odjeću/obuću
- kozmetiku
- hobije
- tehnološke gadžete
- ostalo

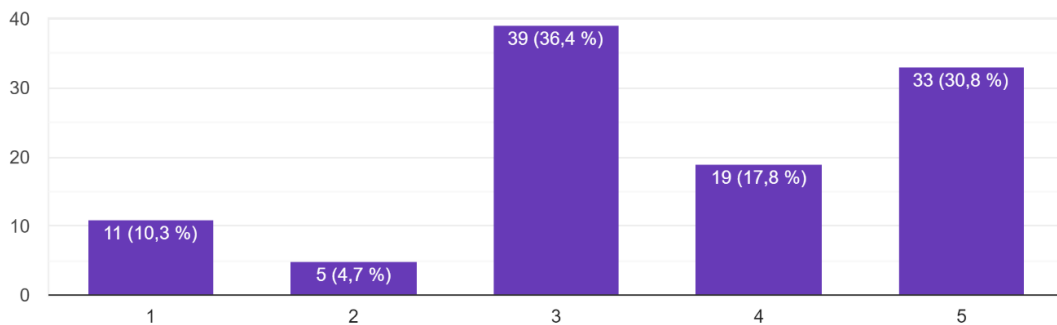
Imam otvoren račun u banci (tekući ili žiro račun):

107 odgovora



- Da i koristim se mobilnim bankarstvom
- Ne
- Da, ali se ne koristim mobilnim bankarstvom

Donosim odluku pri kupnji skupljih uređaja utemeljenim na kvalitetnim i neovisnim informacijama (1 znači da se u potpunosti ne slažete s navedeno... da se u potpunosti slažete s navedenom tvrdnjom)
107 odgovora

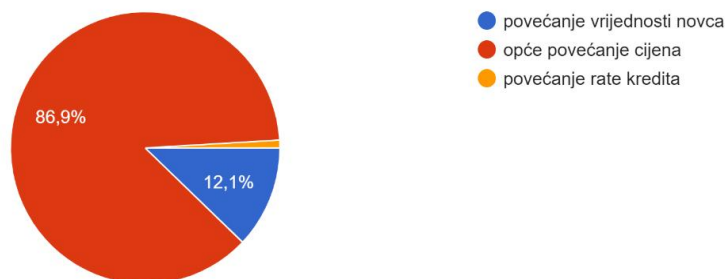


Izvor: Autorica

Većina tinejdžera dobiva džeparac, 37 ispitanika (34,6%) dobiva između 21 i 50 euro mjesečnog džeparca te su zadovoljni svojim mjesečnim džeparcem. 69 ispitanika (64,5%) uspije mjesečno uštedjeti nešto novca, dok 38 ispitanika (35,5%) se izjasnilo kako uopće ne štede. Tinejdžeri su se izjasnili kako najviše novaca troše na izlaske (30 ispitanika, odnosno 28%), dok 30 ispitanika (28%) uštedeni iznos planiraju potrošiti na kupnju odjeće i obuće. Velika većina ispitanika donosi odluku pri kupnji skupljih uređaja utemeljenim na kvalitetnim i neovisnim informacijama. 42 ispitanika (39,3%) ima otvoren račun u banci i koristi se mobilnim bankarstvom dok 25 ispitanika (23,4%) ima otvoren račun u banci, ali se ne koristi mobilnim bankarstvom.

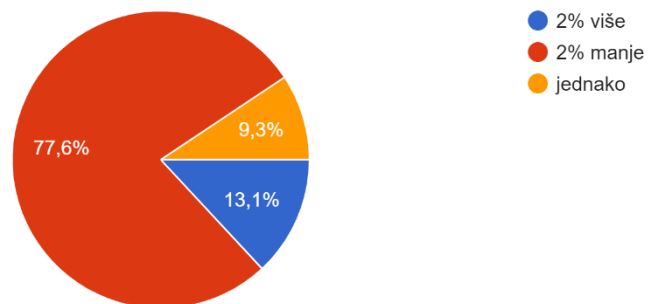
Grafikon 28: Financijsko znanje djece od 13 godina do 18 godina

Inflacija je:
107 odgovora



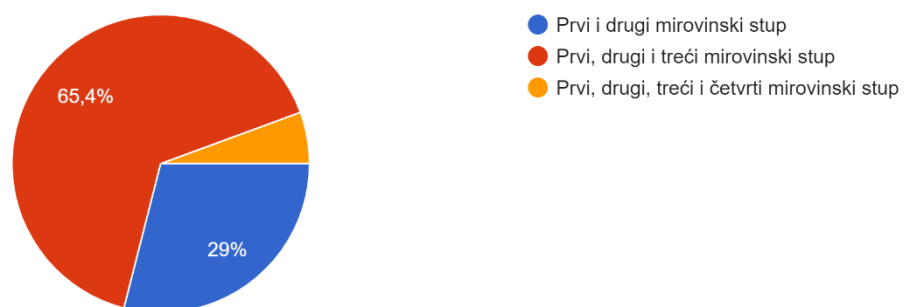
Ako je stopa inflacije 2% godišnje, 100 eura će nakon godine dana realno vrijediti:

107 odgovora



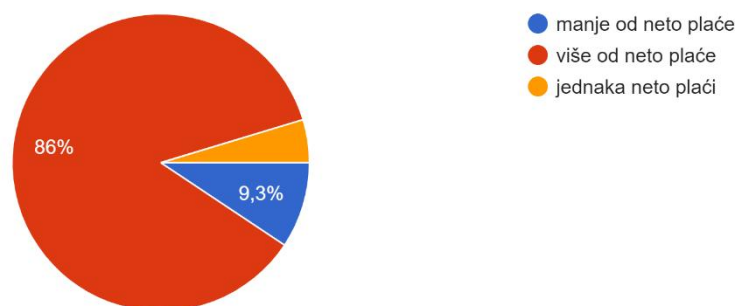
Mirovinski sustav u Hrvatskoj je trenutno podijeljen na:

107 odgovora

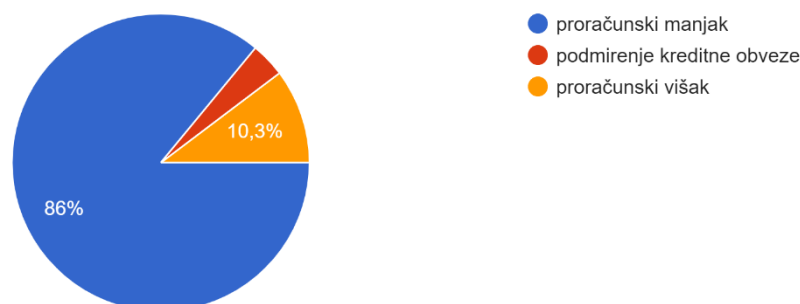


Ukoliko neto plaća iznosi 1.120,00 eura, koliko će iznositi bruto plaća:

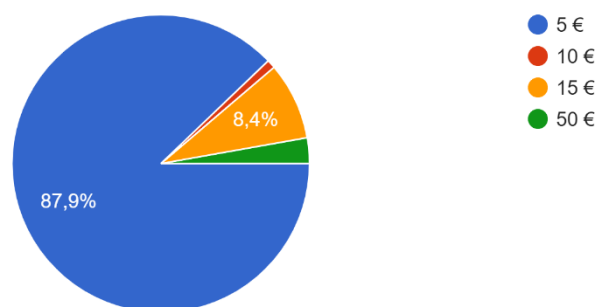
107 odgovora



Deficit je:
107 odgovora



Koliko iznose kamate na jednogodišnje oročenje 100 € uz godišnju kamatnu stopu od 5%?
107 odgovora



Izvor: Autorica

93 ispitanika (86,9%) je odgovorilo točno na pitanje o inflaciji te su odgovorili da je inflacija opće povećanje cijene. Na drugo postavljeno pitanje o inflaciji 83 ispitanika (77,6%) odgovorilo da će 100 eura realno vrijediti 2% manje, ako je stopa inflacije 2% godišnje. 70 ispitanika (65,4%) je odgovorilo točno kako je mirovinski sustav u Hrvatskoj podijeljen na prvi, drugi i treći mirovinski stup. 92 ispitanika (86%) su odgovorila točno da će bruto plaća iznositi više od neto plaće. 94 ispitanik (86%) razumije pojam deficita. Također je približno 90% ispitanika, odnosno 94 ispitanika je znalo odgovoriti koliko iznose kamate na jednogodišnje oročenje od 100€ uz godišnju kamatnu stopu od 5%.

Uspoređujući rezultate djece s rezultatima s roditeljima, može se zaključiti kako su tinejdžeri na nekim pitanjima iskazali veću razinu financijske pismenosti. Nešto veća razlika u postocima između točnih odgovora roditelja i tinejdžera zabilježena je na pitanju na koliko je

stupova podijeljeni mirovinski sustav u Hrvatskoj, gdje je 71% roditelja odgovorilo točno, u odnosu na 65,4% tinejdžera.

5. ZAKLJUČAK

Financijska pismenost je ključna za osobnu i društvenu dobrobit te je važno educirati pojedince o financijskim konceptima i praksi od najranije životne dobi. Financijska pismenost roditelja ima veliki utjecaj na financijsku pismenost djece, budući da su roditelji primarni izvor informacija i modeli ponašanja u financijskim situacijama. Stoga je važno poticati roditelje na razvoj vlastite financijske pismenosti kako bi mogli prenijeti te vještine na svoju djecu.

Također, uloga obrazovnog sustava u razvoju financijske pismenosti je ključna. Programi financijskog obrazovanja u školama i na fakultetima te edukacije koje provode neprofitne organizacije i udruge imaju važnu ulogu u edukaciji djece o osnovnim financijskim pojmovima i praksama.

U konačnici, suradnja javnog i privatnog sektora te obrazovnih ustanova ključna je za podizanje razine financijske pismenosti u društvu. Nacionalni strateški okviri poput onog u Hrvatskoj pružaju smjernice i podršku u ostvarivanju ovog cilja. Sve navedene inicijative zajedno mogu doprinijeti stvaranju financijski pismenijeg društva koje je sposobno donositi informirane i odgovorne financijske odluke za svoju budućnost.

Prema nalazima provedenog istraživanja može se zaključiti kako roditelji i djeca imaju različitu razinu financijske pismenosti. Istraživanje pokazuje da su većina roditelja realno ocijenili svoju financijsku pismenost s ocjenom 3 ili 4 jer je i kasnija procjena razine njihove financijske pismenosti pokazala kako je 32% roditelja visoko pismeno, 41% na srednjoj razini financijske pismenosti dok ih je 27% nisko pismeno. S druge strane, djeca, posebice mlađa, imaju manje razumijevanje financijskih pojmova i procesa. Prema rezultatima istraživanja financijske pismenosti roditelja i djece vidljiva je potreba za financijskim obrazovanjem, a isto pokazuje i istraživanje Eurobarometra o financijskoj pismenosti naglašavajući nužnost ciljanih kampanja financijskog obrazovanja usmjerenih na poboljšanje financijske pismenosti među različitim demografskim skupinama unutar EU.

Prema istraživanju je vidljiv nedostatak svijesti o financijskoj pismenosti kod djece. Veliki postotak djece nije čuo za pojam financijske pismenosti, što ukazuje na nedostatak obrazovanja o financijama u ranijim fazama njihovog odrastanja što je u skladu s nalazima ranije provedenih istraživanja (Barbić, Lučić, 2018.).

Može se zaključiti kako važnu ulogu imaju roditelji u financijskom obrazovanju djece. Većina djece navodi da ih roditelji najviše uče o novcu, što ukazuje na važnost obiteljskog okruženja i ulogu roditelja kao agenta financijske socijalizacije u razvoju financijske pismenosti (Ward, Wackman, Wartella, 1977.)

Istraživanje pokazuje da većina djece smatra da je financijska pismenost važna, ali da nemaju prilike učiti o tome u školi. To ukazuje na potrebu za inkluzivnim programima obrazovanja o financijama koji bi se provodili u školama.

Iako su tinejdžeri pokazali veću financijsku pismenost u odnosu na neka pitanja u usporedbi s roditeljima, još uvijek postoje područja u kojima trebaju poboljšati svoje znanje. Ovo sugerira potrebu za kontinuiranim obrazovanjem o financijama kroz sve faze života.

U cjelini, rezultati istraživanja sugeriraju da postoji potreba za poboljšanjem financijske pismenosti u Republici Hrvatskoj, kako među roditeljima tako i među djecom te potreba za inkluzivnijim obrazovnim programima o financijama u školama kako bi se osiguralo da nova generacija stječe potrebna znanja za uspješno upravljanje financijama u budućnosti.

Zaključci istraživanja financijske pismenosti roditelja i djece pružaju važan uvid u trenutno stanje i potrebe za daljnjim razvojem financijskog obrazovanja. Međutim, važno je uzeti u obzir ograničenja ovog istraživanja kako bi se bolje razumjeli zaključci i primijenili u budućim istraživanjima.

Jedno od ograničenja ovog istraživanja je snowball uzorak, koji nije slučajan nego selektivan, što znači da rezultati ne mogu biti generalizirani na cjelokupnu populaciju u Hrvatskoj. Za buduća istraživanja preporučuje se korištenje randomiziranog uzorka kako bi se osigurala reprezentativnost rezultata za širu populaciju.

Također, preporučuje se uključivanje dodatnih varijabli u istraživanje, poput psiholoških i socioloških varijabli, kako bi se bolje razumjeli faktori koji utječu na financijsku pismenost roditelja i djece. Osim toga, povećanje uzorka omogućilo bi provođenje regresijskih analiza radi boljeg razumijevanja povezanosti između financijske pismenosti roditelja i djece, kao i identifikaciju potencijalnih faktora koji mogu utjecati na tu povezanost.

U budućnosti, istraživanja bi trebala uzeti u obzir i multidisciplinarni pristup, uključujući ne samo ekonomske, već i psihološke, sociološke i druge relevantne discipline kako bi se dobila cjelovita slika o financijskoj pismenosti. Osim toga, preporučuje se provođenje

longitudinalnih istraživanja kako bi se pratila promjena financijske pismenosti kroz vrijeme i identificirale dugoročne strategije za unapređenje financijskog obrazovanja.

U konačnici, integracija obrazovnih programa o financijama u školski kurikulum i suradnja javnog, privatnog sektora te obrazovnih ustanova ostaju ključni elementi u podizanju razine financijske pismenosti u društvu. Navedene preporuke bi mogle doprinijeti razvoju financijski pismenog društva koje je sposobno donositi informirane i odgovorne financijske odluke za svoju budućnost.

Popis literature

1. Addiko Bank Hrvatska, preuzeto s:
<https://www.addiko.hr/financijska-pismenost/otplata-na-rate-ili-anuitetna-otplata-i-u-cemu-je-razlika/>
2. Barbić, D.; Lučić, A. Financijska pismenost i odgovorna potrošnja u svakodnevnom životu, Zagreb, Narodne Novine
3. Bachmann, G. R; John, Deborah Roedde; Rao, Akshay R. (1993). 'Children's Susceptibility to Peer Group Purchase Influence: An Exploratory Investigation', *Advances in Consumer Research*, 20(1), pp. 463-468.
4. Budi fin, preuzeto s na: <https://budifin.hr/>
5. Clinton G. Gudmunson, Sharon M. Danes (2011.) - Family Financial Socialization: Theory and Critical Review, *Journal of Family and Economic Issues*, Springer, sv. 32 (4), stranice 644-667
6. Dotson, M.J. and Hyatt, E.M. (2005), 'Major influence factors in children's consumer socialization', *Journal of Consumer Marketing*, 22(1), pp. 35-42.
7. Doug Widdowson & Kim Hailwood, 2007. "[Financijska pismenost i njezina uloga u promicanju zdravog financijskog sustava](#)", *Bilten rezervne banke Novog Zelanda*, Reserve Bank of New Zealand, sv. 70,6.
8. Ekonomska klinika (2020), Zagreb, preuzeto s:
<https://www.ekonomska-klinika.hr/projekti-ekonomska-klinika/financijska-pismenost>
9. Flouri, E. (1999). 'An integrated model of consumer materialism: Can economic socialization and maternal values predict materialistic attitudes in adolescents?', *The Journal of Socio-Economics*, 28(6), pp. 707- 724.
10. Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC), raspoloživo na:
<https://gflec.org/education/questions-that-indicate-financial-literacy/>
11. HANFA, Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, (2016), preuzeto s:
<https://www.hanfa.hr/vijesti/04022016-predstavljani-rezultati-istrazivanja-mjerenje-financijske-pismenosti/#>
12. HANFA, Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (2023), raspoloživo na:
<https://www.hanfa.hr/media/02ym51oi/2020-05-14-istra%C5%BEivanje-oecd-a-porasla-razina-financijske-pismenosti-u-hrvatskoj.pdf>
13. Hawkins, D.I. and Coney, K.A. (1974). 'Peer group influences on children's product preferences'. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2(2), pp. 322-331.
14. Hayta, A.B. (2008). 'Socialization of the child as a consumer', *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 37(2), pp. 167-184
15. HGK-HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA - Odjel za financijske institucije i makroekonomske analize u suradnji s Grupacijom tržišta kapitala HGK (2023.), Što su obveznice i što je važno znati o njima
16. Ivanov, M. ; Barbić, D. ; Razum, A. Moj novac, moja budućnost / Ralašić, Marina (ur.). Zagreb: Štedopis, Institut za financijsko obrazovanje Zagreb, 2017. 214.
17. John, D. (1999). 'Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research', *The Journal of Consumer Research*,

- 26(3), pp. 183–213.
18. Lachance, M.J., Beaudoin, P. and Robitaille, J. (2003). ‘Adolescents’ brand sensitivity in apparel: influence of three socialization agents’, *International Journal of Consumer Studies*, 27(1), pp. 47-57.
 19. Lučić, A., Barbić, D., & Erceg, N. (2020). *Financial socialization of children: Using education to encourage lifetime saving*. Zagreb, Faculty of Economics and Business, University of Zagreb.
 20. Mandrik, C.A., Fern, E.F. and Bao, Y. (2005). ‘Intergenerational influence: Roles of conformity to peers and communication effectiveness’, *Psychology & Marketing*, 22(10), pp. 813-832.
 21. Mangleburg, T.F. and Bristol, T. (1998). ‘Socialization and adolescents’ skepticism toward advertising’, *Journal of Advertising*, 27(3), pp. 11-21.
 22. Moschis, G. P. (1985). *The Role of Family Communication in Consumer Socialization of Children and Adolescents*. *Journal of Consumer Research*, 11(4), 898–913. preuzeto s <http://www.jstor.org/stable/2489216>
 23. Moschis, G.P. and Churchill, G.A. (1978). ‘Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis’, *Journal of Marketing Research*, 15(4), pp. 599-609.
 24. Ministarstvo financija, preuzeto s: <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/financijska-trzista-i-financijska-pismenost/financijska-pismenost-potrosaca/3293>
 25. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj – Organisation for Economic Co-operation and Development preuzeto s: <https://www.oecd.org/>
 26. OECD. (30. rujan 1961.). *Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development)*. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development), preuzeto s: <http://www.oecd.org/>
 27. POSLOVNI DNEVNIK, Ožujak, 2023., preuzeto s: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/savjet-glasi-dati-dzeparac-da-bi-mladi-bili-odgovorniji-u-trosenju-4383157>
 28. Ritson, M. and Elliott, R. (1999). ‘The social uses of advertising: an ethnographic study of adolescent advertising audiences’, *Journal of Consumer Research*, 26(3), pp. 260-277.
 29. Servon, Lisaj. Kaestner, Robert (2008.), *Consumer Financial Literacy and the Impact of Online Banking on the Financial Behavior of Lower-Income Bank Customers*. *Journal of Consumer Affairs*, 42: 271-305 preuzeto s: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1745-6606.2008.00108.x>
 30. Struna – Hrvatsko strukovno nazivlje, preuzeto s: <http://struna.ihjj.hr/naziv/metoda-snjezne-grude/20469/>
 31. ŠTEDOPIS (2023), preuzeto s: <https://www.stedopis.hr/stedopis-anketa-52-roditelja-izbjegava-razgovarati-s-djecom-onovcu/>

32. Vehovec, M. (2011). Financijska i mirovinska pismenost: međunarodna iskustva i prijedlozi za Hrvatsku. Privredna kretanja i ekonomska politika, 21 (129), 65-85. preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/77695>
33. Ward, S., Wackman, D. B., & Wartella, E. (1977). How children learn to buy: The development of consumer information- processing skills. Sage.
34. Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost, NN 39/2022, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2022_03_39_478.html

Popis slika

Slika 1: Financijska pismenost	4
--------------------------------------	---

Popis grafikona

Grafikon 1: Socio-demografske karakteristike ispitanika	13
Grafikon 2: Subjektivna ocjena financijske pismenosti roditelja	15
Grafikon 3: Izvori informiranja o financijskim pojmovima	16
Grafikon 4: Razumijevanje kamata	16
Grafikon 5: Razumijevanje inflacije	17
Grafikon 6: Razumijevanje mirovinskog sustava	18
Grafikon 7: Razumijevanje bruto i neto plaće	18
Grafikon 8: Razumijevanje proračunskog deficita	19
Grafikon 9: Razumijevanje anuiteta i rata	20
Grafikon 10: Znanje o PDV-u	21
Grafikon 11: Mjerenje numeričkih vještina i razumijevanje kamatnih stopa	22
Grafikon 12: Mjerenje numeričkih vještina i razumijevanja inflacije	22
Grafikon 13: Mjerenje razumijevanja diverzifikacije rizika	23
Grafikon 14: Mjerenje znanja o hipotekarnom kreditu	24
Grafikon 15: Mjerenje razumijevanja ulaganja u obveznice	24
Grafikon 16: Ostvareni bodovi financijske pismenosti roditelja	25
Grafikon 17: Stručna sprema ispitanika sa ostvarenim najvećim brojem bodova (12, 13 i 14)	26
Grafikon 18: Sociološke karakteristike	27
Grafikon 20: Subjektivna ocjena financijske pismenosti	28
Grafikon 19: Financijska pismenost djece	28
Grafikon 21: Izvori informiranja o financijskim pojmovima	29
Grafikon 22: Financijsko znanje djece do 7 godina	29
Grafikon 23: Financijsko ponašanje djece do 7 godina	30
Grafikon 24: Financijski stavovi ponašanje djece od 7 godina do 13 godina	31
Grafikon 25: Džeparac	32
Grafikon 26: Financijsko znanje djece od 7 godina do 13 godina	34

Grafikon 27: Džeparac.....	35
Grafikon 28: Financijsko znanje djece od 13 godina do 18 godina.....	37

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je Završni rad – Financijska pismenost roditelja i djece isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

U Zagrebu, 22. ožujka 2024. godine

Studentica: Antonija Hila