ПРЕССЪОБЩЕНИЕ

Само един на всеки 14 ученици в гимназията смята, че има висока финансова грамотност

Проучване на Алфа Рисърч, подкрепено от Visa в България, показва обезпокоителна липса на познания за финансови термини, дейности, услуги и планиране на личните финанси сред юношите

**5 юли 2016 г.**

Представително проучване на Алфа Рисърч с подкрепата на Visa в България сред ученици от 9 до 12 клас показва относително ниска самооценка у гимназистите за тяхната финансова подготовка. Петдесет и пет процента от юношите се определят като недостатъчно финансово грамотни, а само един на всеки 14 ученици (7%) се смята за много добре подготвен що се отнася до личните им финанси.

Въпреки че резултатите показват нарастване от 36% в IX клас до 52% в XII клас в самооценката за личната финансова подготовка, значителна част от учениците в последния клас на средното образование все още нямат самочувствие, че са финансово грамотни. Като най-добре подготвени се оценяват учениците от профилираните математически и стопански гимназии (62%), докато 2/3 от юношите в другите училища – езиковите и особено професионалните гимназии, се чувстват слабо финансово грамотни.

Ниската самооценка за финансовата грамотност на учениците се потвърждава в значителна степен от познанията им за различни термини и практически въпроси от финансовия сектор. От общо 20 понятия във финансите юношите смятат, че познават едва половината от тях, а в същото време само 3% се смятат за добре запознати с всички. Най-познати са често споменаваните в медийни и рекламни кампании понятия като дебитни карти (41%), кредитни карти (40%), застраховки (36%) и кредити (35%). По-специфични понятия като инфлация, просрочие, първоначален капитал и др. остават извън познанията на учениците, показва проучването.

Учениците познават слабо и функциите на държавните регулаторни органи във финансовия сектор. Повечето юноши знаят за съществуването на Българската народна банка (59%), Националната агенция по приходите (42%) и Комисията за защита на конкуренцията (38%). Други държавни институции в сектора остават по-слабо познати или напълно непознати Подобни нива на осведоменост са регистрирани и що се отнася до частните финансови институции. Парадоксално учениците познават най-добре заложните къщи (58%). Едва след тях идват, застрахователните компании (55%) и банките (52%), небанковите финансови институции (39%) и лизинговите компании (36%).

Учениците също така не са запознати до голяма степен с ключови регулаторни функции на държавата, които ги засягат като граждани и бъдещи ползватели на финансови услуги: 74% от всички юноши не знаят каква сума се гарантира от държавата в случай на фалит на банка, 79% не знаят, че държавата не гарантира инвестициите в акции в случай на обезценяването им, а други 51% не са осведомени, че БНБ обявява валутните курсове и цената на златото.

Решаването на математически задачи в сферата на финансите се оказва сериозно предизвикателство за учениците, показва проучването. От 7 задачи учениците са успели да решат средно по 3. Резултатите показват, че юношите се справят относително успешно с изчисляването на най-благоприятните възможности за покупки – например, когато изчисляват отстъпката при пазаруване с кредитна карта (66%) и когато сравняват отстъпката в проценти спрямо цената на продукта в абсолютно изражение (59%). При задачите със специализирана терминология успехът е значително по-малък. Шейсет и три процента отговарят грешно или признават, че не знаят дали ще купят повече или по-малко стоки при 10% инфлация и 8% лихва на депозита им в банката, ако цените останат непроменени. Задача със сложна лихва по депозит не могат да изчислят 71% .

Учениците от по-долните класове (9-10), от по-малките градове, както и от професионалните гимназии показват по-слаби от средните умения и съставляват най-рисковата група, която скоро ще навлезе на пазара на финансовите услуги. Някои от тях са успели да решат едва една от общо седем цадачи.

Наред с официалното образование в училищата, важен фактор за бъдещото финансово поведение на учениците и изграждането на навици за управление на личните финанси в семейството. Седемдесет и два процента от анкетираните отговарят, че родителите им изискват от тях да им съобщават какви разходи са направили, а при 53% родителите изискват да планират седмичните или месечните си разходи. Над половината от юношите (53%) съобщават, че имат възможности да спестяват.

В контекста на слабата теоретична и практическа финансова подготовка оптимизъм поражда фактът, че мнозинството ученици (84%) биха искали да се обучават във финансова грамотност. Най-голям интерес те проявяват към темите и услугите, които са валидни за всекидневието и бъдещото потребление на финансови ресурси: какви мерки трябва да се вземат, за да се избегне свръхзадлъжняването (76%); как да се поставят личните финансови цели и как да се управляват личните финанси (76%); важна потребителска информация при подписването на договор с банка или друга финансова институция (75%); законодателство за защита на правата на потребителите (73%), основни банкови услуги – разплащателни сметки, карти и др. (73%).

“Светът се променя, младите хора са изправени пред различни предизвикателства. Нашите страни преминават през радикална промяна, правителствата ни полагат усилия да ускорят икономическия растеж. Бизнесът преживява също подобна трансформация и е заинтересован от уменията на младите хора, за да разкрива нови работни места, да стимулира растежа и иновациите. Финансовата грамотност е специално умение, което съдържа в себе си различни аспекти на обществения и икономически живот. То е задължително за младежите, които са готови да градят кариера, да създават семейства и благосъстояние и Visa ще изиграе значима роля за тяхното развитие в България”, заяви Красимира Райчева, мениджър на Visa в България.

###

**Бележки за редактора:**

Проучването на Алфа Рисърч е национално представително за учениците от гимназиалните класове в България. То е осъществено чрез преки стандартизирани интервюта сред 1000 ученици от 9, 10, 11 и 12 клас. Проучването е финансирано от Visa в България и е извършено от агенцията за маркетингови и социално-политически проучвания Алфа Рисърч в периода 8-15 април 2016.

**За Visa Inc.**

Visa Inc. е глобална платежна технологична компания, която свързва потребителите, бизнеса, финансовите институции и правителствата в повече от 200 страни и територии, с бързи, сигурни и надеждни електронни разплащания. Ние сме оператор на една от най-модерните мрежи в света за обрабока на данни – VisaNet, - която е в състояние да управлява над 65 000 съобщения за транзакции в секунда, като в същото време защитава потребителите от измама и гарантира разплащанията за търговците. Visa не е банка и не издава карти, не предоставя кредити и не определя лихвите и таксите за потребителите. Иновациите на Visa обаче дават възможност нейните клиенти от финансовите институции да предложат на потребителите по-голям избор: незабавно плащане с дебитна карта, бъдещо разплащане с предплатена карта или забавено разплащане с кредитни продукти. За повече информация, посетете usa.visa.com/about-visa, visacorporate.tumblr.com и @VisaNews.

**За Алфа Рисърч**

Боряна Димитрова, Елена Лилова 02 9836056; [headoffice@alpharesearch.bg](mailto:headoffice@alpharesearch.bg)

**Контакти:**

Драгомир Гюров

AMI Communications for Visa Bulgaria

[Dragomir.Gyurov@amic.bg](mailto:Dragomir.Gyurov@amic.bg) |02 989 5115|0886 634 580

Twitter: @VisaEuropeNews

@Visa\_BG

Website: [www.visabg.com](http://www.visabg.com)