



HRVATSKA  
GOSPODARSKA  
KOMORA

# SVJETSKI I EUROPSKI TJEDAN NOVCA 2021.

Čuvajte sebe, pazite na svoj novac



GLOBAL  
MONEY  
WEEK



Zagreb, ožujak 2021.

## ČUVAJTE SEBE, PAZITE NA SVOJ NOVAC

Hrvatska gospodarska komora i ove godine, od 22. do 26. ožujka, obilježava Svjetski i Europski tjedan novca, kroz organizaciju edukacija za učenike srednjih škola i studente u suradnji s financijskim institucijama, svojim članicama i ostalim institucijama.

Središnja tema Tjedna novca 2021. je „Čuvajte sebe, pazite na svoj novac“ čime se naglašava važnost razvoja financijske otpornosti uz istovremeno očuvanje zdravlja u današnjim uvjetima.

Cilj obilježavanja Tjedna novca je financijskim obrazovanjem unaprijediti razinu financijske pismenosti i omogućiti djeci, mladima i građanima stjecanje znanja, vještina, stavova i ponašanja nužnih u svakodnevnom privatnom i poslovnom životu kako bi u budućnosti mogli donositi pametne financijske odluke.

Projekt financijske pismenosti HGK provodi od 2015. godine u suradnji s članicama i drugim partnerima. Kroz naše edukativno-informativne aktivnosti prošlo je više od četiri tisuće učenika, studenata i profesora u srednjim školama i fakultetima u 15 gradova, a krajem 2020. zajedno s ostalim članovima Operativne grupe za financijsku pismenost sudjelovati smo u izradi novog Nacionalnog strateškog okvira financijske pismenosti za razdoblje od 2021. do 2026. godine koju koordinira Ministarstvo financija.

I ove godine povodom obilježavanja Svjetskog i Europskog tjedna novca organiziramo niz događanja za učenike, studente i zainteresiranu javnost kroz predavanja, društvene mreže i ostale komunikacijske kanale. Kao dio manifestacije, uoči Tjedna novca, HGK je tradicionalno provela projekt „Više znamo, bolje razumijemo“ za učenike zagrebačkih srednjih škola, a u suradnji sa Gradskim uredom za obrazovanje Grada Zagreba i našim članicama - bankama i društvima za osiguranje. Sve aktivnosti i programi HGK prilagođeni su aktualnoj epidemiološkoj situaciji tako da edukacije provodimo online putem u deset gradova, 15 srednjih škola te za studente na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, Visokom učilištu Algebra i Međimurskom veleučilištu.

„Glavna poruka koju ističemo kroz sve naše aktivnosti je da se prije donošenja svake financijske odluke građani trebaju dobro informirati. Moraju sagledati svoju cjelokupnu imovinu, trenutne i buduće potrebe za novčanim sredstvima, životne ciljeve koje žele ostvariti te potencijalne rizike, ovisno o kojoj se vrsti ulaganja radi. Inače, prosječna ocjena financijske pismenosti hrvatskih građana iznosi 12,3 boda od ukupno 21, što predstavlja blagi rast u odnosu na 2015. godine kada je prosječna ocjena iznosila 11,7 bodova te vjerujemo da smo našim aktivnostima proteklih godinama, zajedno s ostalim dionicima, pridonijeli podizanju financijskih znanja građana“, ističe **potpredsjednik HGK za trgovinu i financijske institucije Josip Zaher**.





## Ivan Jandrić, predsjednik Udruženja banaka HGK i član Uprave Addiko Bank d.d.

Javnozdravstvena i gospodarska kriza koja je započela prije godinu dana nikoga nije zaobišla. Bankarski sektor nije izuzetak te se morao brzo prilagoditi, kao i građani koji su morali mijenjati svoje navike. Kaže se da se najveći pomaci mogu postići upravo u nesigurnim vremenima jer nas neizvjesnost prisiljava na brzu prilagodbu. Pandemija je dodatno potaknula bankarski sustav da se jače fokusira na svoje digitalne kanale, ojača financijsku pismenost klijenata i općenito snažno razvija inovativna digitalna rješenja. S druge je strane klijente natjeralo da počnu više koristiti bankarske usluge iz udobnosti svojeg doma.

Digitalne usluge koje se tako koriste, a osobito su popularne kod mlađih dobnih skupina, su uglavnom vezane uz korištenje digitalnih kanala za jednostavne usluge (otvaranje računa, plaćanja, korištenja kartica), ali i malo kompleksnije (odobrenje kredita). Pri tome se osobito vrednuje da je cjelokupan proces od otvaranja računa do odobrenja kredita u potpunosti digitalan i bez potrebe dolaska u poslovnicu banke (npr. Addiko Virtualna poslovnica).

Rezultati recentnih istraživanja pokazuju nedovoljnu razinu financijske pismenosti hrvatskih građana. Smatram da je važno raditi na informiranju i educiranju svih dobnih skupina o što odgovornijem korištenju financijskih usluga, a naročito mladih generacija. Ta činjenica potaknula je banke da surađuju na raznim projektima s javnim institucijama s ciljem podizanja financijske pismenosti. To je ujedno i način kako se banke približavaju mladima. Važno je da mladi ljudi razumiju kako financijske institucije funkcioniraju, da razumiju bankarske proizvode i potencijalne rizike povezane uz njih. Boljim razumijevanjem svih sudionika uvelike ćemo unaprijediti kvalitetu odnosa i usluge koje banke pružaju svojim klijentima.

*Najveći se pomaci mogu postići upravo u nesigurnim vremenima jer nas neizvjesnost prisiljava na brzu prilagodbu. Tako se i bankarski sektor brzo prilagodio na nove uvjete poslovanja uzrokovane koronavirusom i jače fokusirao na svoje digitalne kanale i financijsku pismenost klijenata.*

## **Robert Vučković, predsjednik Udruženja osiguravatelja HGK i član Uprave Croatia osiguranje d.d.**

Potreba za financijskim obrazovanjem građana u Hrvatskoj iznimno je velika, posebno u vremenu kada se mijenjaju potrošačke i štedne navike građana zbog epidemije korona virusa, ali i posljedica razornih potresa. Iako je povećan interes za osiguranjem imovine, u Hrvatskoj je svijest o važnosti osiguranja i dalje niska. Premija osiguranja po stanovniku manja je šest puta u odnosu na prosječnu premiju u zemljama EU. Prostora za razvoj svih vrsta osiguranja ima, a posebno zdravstvenih osiguranja, osiguranja od nezgode, osiguranja imovine kao i životnih koji se posljednjih nekoliko godina vežu uz investicijske proizvode osiguranja.

Osiguratelji kontinuirano rade na većoj javnoj prisutnosti i prepoznatljivosti, pojašnjenju pojmova osiguranja, transparentnosti poslovanja te osnaživanju ukupne razine financijske pismenosti građana. Posebno je važno financijsko opismenjavanje mladih koji su najosjetljivija skupina jer najvažnije financijske odluke donose po završetku srednje škole ili fakulteta, a za njih nisu dovoljno spremni. Mladi se prvo susreću s osiguranjem nezgode u školi, kasnije osiguranjem putovanja i zdravstvenim osiguranjima, a s punoljetnosti osiguranjem od automobilske odgovornosti. U kasnijim fazama života s proširenjem obitelji raste i interes za životnim osiguranja, osiguranjem imovine i drugim obiteljskim paketima kojima se štiti pojedinac i imovina.

Mlade je potrebno osvijestiti da od prvih primanja odgovorno razmišljaju o novcu, upravljaju svojim prihodima i rashodima i planiraju svoju budućnost.



*Financijsko opismenjavanje mladih posebno je važno jer je riječ o najosjetljivijoj skupini koja najvažnije financijske odluke donosi nakon završetka srednje škole ili fakulteta i za takve odluke ih treba pripremiti i educirati.*

## Uz osiguranje se vežu još dva pojma; broker u osiguranju i zastupnik u osiguranju i bitno je znati koja je njihova uloga

**Andela Šutija**, predsjednica Udruženja društava za brokerske poslove u osiguranju i reosiguranju HGK i predsjednica Uprave ANO d.o.o.

Broker u osiguranju je spona između klijenta koji se u svojem poslovanju susreće s određenim rizicima i osiguravatelja koji te rizike mogu ublažiti ili potpuno neutralizirati strateškim upravljanjem. Brokери su ti koji klijentima pomažu identificirati rizike i donijeti odluke potkrijepljene kvalitetnim informacijama o tome koje rizike žele osigurati. Oni također stvaraju nova i inovativna rješenja i koriste svoje znanje kako bi pomogli klijentu u nastojanju da ima dugoročno održivo poslovanje. Uz ključne kompetencije koje su danas potrebne na svim radnim mjestima, neovisno o industriji, kao što su stalna želja za razvojem i poboljšanjem, agilnost i sposobnost brze adaptacije, znatiželja i otvorenost za promjene, specifične vještine koje tražimo u našem poslu odnose se na mogućnost analize situacija i informacija te donošenje odluka koje su njima potkrijepljene, uz strateško razmišljanje u rješavanju problema. Za brokere je svakako neophodno da razumiju poslovanje i potrebe klijenta, a sve kako bi im mogao ponuditi razumna rješenja. U to spada i neka vrsta diplomatskih vještina, vještina utjecanja i pregovaranja. Naime broker pregovara i s klijentom i s osiguravajućim kućama, pokušavajući uskladiti različite interese i dogovoriti najbolje rješenje za sve strane, postići win win.

**Petar Rebernišak**, predsjednik Udruženja društava za zastupanje u osiguranju HGK i direktor Semel pro Semper d.o.o.

Kada kao zastupnik u osiguranju imam priliku razgovarati s mladim klijentima najčešće razgovor ide u smjeru osiguranja koja su namijenjena osiguranjima vozila, međutim, uvijek pokušam osvijestiti mnoge druge rizike kojih mladi nisu svjesni. Često puta znam ih pitati jesu li svjesni pravnih i financijskih posljedica koje mogu imati ako izazovu nezgodu biciklom, romobilom ili vožnjom na rolama, uslijed šetnje psa ili jednostavno nekome naprave neku materijalnu štetu (volim navesti banalan primjer oštećivanja vozila na parking u nekog trgovačkog centra metalnim kolicima za kupovinu). Naime, kroz ove male životne situacije pokušavam ih osvijestiti kako su rizici i po-



*Brokери klijentima pomažu identificirati rizike i donijeti strateške odluke o zaštiti od tih rizika potkrijepljene kvalitetnim informacijama. Trebamo ih gotovo uvijek kada želimo osigurati svoje poslovanje, a pogotovo ako unutar kuće nemamo specijalizirano osoblje ili proces, jer upravo tada brokери mogu ponuditi najviše dodane vrijednosti za klijenta.*



*Mladima sugeriram da se što više upoznaju sa svijetom osiguranja i da potraže kvalitetne i dobre zastupnike u osiguranju koji će im sugerirati osigurateljna rješenja prikladna njihovim zahtjevima i potrebama.*



sljedice istih svugdje oko nas te ako ih znamo prepoznati tada smo svjesni opasnosti i kako one mogu biti pokrivena raznim policama osiguranja koje ne stvaraju veliki trošak, a nude sigurnost. Naravno, onima koji imaju već zasnovane obitelji pokušam približiti razne modele osiguranja života koji u neželjenim životnim situacijama omogućuju financijsku stabilnost njihove mlade obitelji. Gore spomenuti rizici kao i ostvarenje nekih najtežih životnih situacija, bolesti ili smrtni slučaj mogu napraviti značajan financijski udar i rizik koji nitko ne želi da mu se ostvari, a i kada mu se ostvari trebao bi biti spreman na njega. Upravo iz toga razloga financijska pismenost u segmentu osiguravateljskih proizvoda igra značajnu ulogu u kreiranju svojih financijskih planova i životnih ciljeva jer upravo poznavanje osiguravateljskih proizvoda omogućuje mirnu i sigurnu realizaciju istih. Mladima svakako sugeriram da se što više upoznaju sa svijetom osiguranja te da potraže kvalitetne i dobre zastupnike u osiguranju koji će im sugerirati osigurateljska rješenja prikladna njihovim zahtjevima i potrebama.

## **Hrvoje Krstulović, predsjednik Udruženja investicijskih fondova HGK i predsjednik Uprave ZB Invest d.o.o.**

Investicijski fondovi imaju dvije vrlo bitne karakteristike koje mladima omogućavaju učinkovitu štednju i ulaganje na tržištima kapitala. Prvo, kupnja investicijskih fondova je moguća već za vrlo male novčane iznose tj. već od 100kn/mjesečno i drugo, dugoročna štednja (npr. mjesečne uplate) ostvaruje pozitivne učinke ukamaćivanja ostvarenih prinosa. Osnovni razlog za dugoročnu štednju mladih je nužnost samostalne brige za rješavanje osobnih financijskih ciljeva kao što su kupnja stana, dodatno obrazovanje ili u konačnici bolja mirovina. Potpuno je jasno da u fazi života kada je životna energija vrlo visoka, a financijska snaga nije na toj razini teško je uopće razmišljati o odricanjima i mirovini i sličnim dalekim događajima no osobna financijska disciplina koja uključuje i dugoročnu štednju je osnova osobnog financijskog mira. Također bitno je ne „stavljati sva jaja u istu košaru“, štednju ili ulaganje je mudro raspodijeliti u više fondova s različitim investicijskim politikama ili čak i više različitih oblika štednje (npr. depoziti, osiguranja, izravno ulaganje na burzama). Naposljetku, otvoreni investicijski fondovi s javnom ponudom (tzv. UCITS) zamišljeni su za ulaganje širokog kruga ulagatelja koji



*Kada je životna energija vrlo visoka, a financijska snaga nije još na toj razini teško je razmišljati o odricanjima, mirovini i sličnim dalekim događajima no osobna financijska disciplina koja uključuje i dugoročnu štednju osnova je osobnog financijskog mira.*

nisu nužno duboki poznavatelji financijskih tržišta tako da je cijelo iskustvo tj. proces ulaganja prilagođen takvim ciljanim ulagateljima. Otvaranje računa, određivanje osobnih investicijskih ciljeva i razine rizičnosti, izbor fonda i praćenje ulaganja je proces koji su fondovi i njihovi distributeri, a to su najčešće banke, pojednostavnile koliko god je to moguće. Svakako savjetujemo da se raspitate o ovom, u cijelom svijetu, vrlo popularnom obliku dugoročne štednje ili ulaganja.

**Tamas Nagy, predsjednik Udruženje za poslovanje i posredovanje na financijskim tržištima HGK i voditelj tima Upravljanja investicijskim proizvodima Erste&Steiermärkische bank d.d.**

Tržišta kapitala uzbudljiv su svijet, ponekad filmski, u kojem ne nedostaje dramatičnih i šokantnih trenutaka, a ni onih trenutaka punih ushićenja. Za tržišta kapitala volimo reći da nam daju sliku budućnosti jer iako dionice kupujemo danas, zapravo, kupujemo buduću poslovanje tih kompanija. Mnoge danas uspješne kompanije, bez čijih proizvoda ne možemo zamisliti svakodnevicu, svoj razvoj mogu zahvaliti upravo tržištima kapitala. Možda je u tome posebnost za malog ulagatelja jer kupnjom dionica postajemo suvlasnici kompanija i njihovog daljnjeg poslovanja. Zahvaljujući razvoju tehnologije, aktivnost i broj ulagača na globalnim tržištima kapitala vjerojatno nije nikada bio veći. Iako je ta dostupnost na zavidnoj razini, mnogi često zaboravljaju da je burza živi organizam i da na kretanja na tržištu utječe mnogo faktora. Edukativni sadržaji i informacije besplatne su i dostupne svima pa tako svatko od nas misli da je ulaganje jednostavno i bez rizika. Često će nas onda privući mogućnost brze zarade pa se tada okrećemo rizičnijem (špekulativnom) ulaganju. Najvažnije je da budemo svjesni svog znanja i iskustva i treba znati prilagoditi ulaganja našim mogućnostima i riziku koji smo spremni preuzeti. Kod donošenja odluka moramo biti racionalni jer ćemo se u suprotnom često naći na krivoj strani. Iznimno je važno ne gubiti strpljenje i ne žaliti za propuštenim prilikama; jer one su kao autobusi - svako malo dođe novi.



*Za tržišta kapitala volimo reći da nam daju sliku budućnosti jer iako dionice kupujemo danas, zapravo kupujemo buduću poslovanje tih kompanija. Najvažnije je biti upoznat i svjestan svih rizika pa na temelju toga prilagoditi svoja ulaganja. Osim toga, iznimno je važno ne gubiti strpljenje i ne žaliti za propuštenim prilikama jer one su kao autobusi - svako malo dođe novi.*

## **Eva Horvat**, članica Uprave Raiffeisen društva za upravljanje obveznim i dobrovoljnim mirovinskim fondovima d.d.

Mladi ljudi trebali bi usvajati znanja o financijama kao i druga životno potrebna znanja još za vrijeme školovanja i to od osnovne škole nadalje. Tada bi ulaskom u svijet rada bili sposobni samostalno donositi odluke vezano za mirovinsku štednju i tako utjecati na visinu buduće mirovine. Riječ je odlukama: odabrati društvo koje će brinuti o njihovoj mirovinskoj štednji, odabrati kategoriju obveznog mirovinskog fonda i na kraju razmisliti o dobrovoljnoj mirovinskoj štednji.

Četiri su društva koja upravljaju obveznim mirovinskim fondovima i mogu se usporediti prema tržišnom udjelu, visini imovine na upravljanju i broju osiguranika, prinosima koja ostvaruju upravljajući fondovima, načinima komunikacije ili transparentnosti prema članovima i ostalom. Svako društvo upravlja s tri različite kategorije obveznih mirovinskih fondova – A, B i C. Kategorije se razlikuju prema strukturi ulaganja, profilu rizičnosti te je članstvo u njima moguće ovisno o dobi osiguranika.

Primjerice, mladi osiguranici mogu birati između sve tri kategorij no što su bliže mirovini to ih sustav automatski raspoređuje u manje rizične fondove. Obvezni mirovinski fond kategorije A ima uravnoteženi profil rizičnosti i najviše očekivane prinose na duži rok te je stoga primjereniji mlađim osiguranicima. Fond kategorije B ima umjereno konzervativni profil rizičnosti, dok je fond kategorije C najmanje rizičan, a očekivani prinos najniži. Fond kategorije C primjereniji je onima pred mirovinu.

Nakon izbora društva i kategorije obveznog mirovinskog fonda, mladi osiguranik može ugovoriti dodatnu štednju u dobrovoljnom mirovinskom fondu u kojem, s obzirom na dugi radnik vijek ispred sebe, malim osobnim uplatama može i sam pridonijeti i značajno utjecati na visinu svoje buduće mirovine.

Nakon što donesu ove važne odluke, obvezni mirovinski fond i kategoriju obveznog mirovinskog fonda mogu odabrati, a kasnije i mijenjati na šalteru Središnjeg registra osiguranika (REGOS) koji se nalazi u svim poslovnicama Financijske agencije (FINA) ili putem e-usluge REGOS-a u sklopu aplikacije e-Građani. Štednju u dobrovoljnom mirovinskom fondu moguće je ugovoriti s odabranim mirovinskim društvom na prodajnim mjestima ili online obrascem dostupnim na web stranici.



### **ODLUKE KOJE MLADI TREBAJU DONIJETI ULASKOM NA TRŽIŠTE RADA**

- *odabrati društvo koje će brinuti o njihovoj mirovinskoj štednji*
- *odabrati kategoriju obveznog mirovinskog fonda*
- *razmisliti o dobrovoljnoj mirovinskoj štednji*



## **Vladimir Kristijan**, predsjednik Udruženja leasing društava HGK i član Uprave Erste&Steiermärkische S-Leasing d.o.o.

Leasing je suvremeni način financiranja osobnih i gospodarskih vozila, pločila, opreme ili strojeva, koji su primatelju leasinga potrebni za korištenje u privatne ili poslovne svrhe, ali ne želi ih nužno posjedovati.

Filozofija leasinga temelji se na u ideji profitabilnog korištenja nekog investicijskog dobra uz fleksibilan način plaćanja modelirano potrebama primatelja leasinga. Time leasing predstavlja alternativu klasičnom bankarskom kreditu te karakteristike i prednosti leasinga svakako treba razmotriti prilikom donošenja odluke o nabavi investicijskih dobara.

Postoje dvije osnovne vrste leasinga, financijski i operativni. Kod financijskog leasinga primatelju leasinga omogućuje se stjecanje vlasništva po redovnom isteku ugovora o leasingu, dok je kod operativnog leasinga fokus na korištenju objekta leasinga te se po isteku ugovora objekt leasinga može vratiti i ugovoriti financiranje novog.

Leasing karakterizira jednostavan i brz postupak realizacije, bez suvišne administracije i dodatnih troškova. Kombiniranjem početnih davanja s ostatkom vrijednosti, primatelju leasinga se omogućava fleksibilno modeliranje otplate prema njegovim željama i mogućnostima. Moguće je ugovoriti različite dinamike otplate (mjesečno, kvartalno, polugodišnje ili godišnje) ovisno o vrsti objekta leasinga i tipu financiranja. Leasing zahtjeva minimalne instrumente osiguranja jer je glavni kolateral sam objekt leasinga.



*Leasing karakterizira jednostavan i brz postupak realizacije, bez suvišne administracije i dodatnih troškova. Moguće je fleksibilno modeliranje otplate prema željama i mogućnostima klijenta kao i različita dinamika i na kraju leasing zahtjeva minimalne instrumente osiguranja jer je glavni kolateral sam objekt leasinga.*