

# Perceptia romanilor despre educatia financiara



**iSense Solutions**  
THE MODERN CONSUMER COMPANY

**banking**  
NEWS



# Metodologie

**Studiu:**  
**Context si climat consumator**

**Eșantion:** **2024:** 516 interviuri, **2023:** 518 interviuri, **2022:** 1006 interviuri, reprezentativ urban, 18-65 ani

**Metoda de colectare a datelor:** sondaj online

**Perioada de culegere a datelor:** Q3

**Marcare trenduri de la an la an:** 

**Studiu:**  
**Educație financiară**

**Eșantion:** 511 respondenți, reprezentativ urban, 18-65 ani

**Metoda de colectare a datelor:** sondaj online

**Perioada de culegere a datelor:** Q3 2024

**Marja de eroare:** +/- 4,34% la un nivel de încredere de 95%

**Diferențe semnificative:** ♀ ♂ 

vârstă	vârstă
--------	--------

**Context: starea de  
spirit a românilor**





**Stresul și tristețea** au crescut după  
reintrarea în viața post-pandemie (2023)  
... dar în 2024 vs. 2023 sunt ușor în scădere



	2022	2023	2024
Sunt mai stresat	38%	43% ➡	39% ➡
Mă simt mai trist	32%	37% ➡	35% ➡

4

# Suntem mai puțin pesimiști

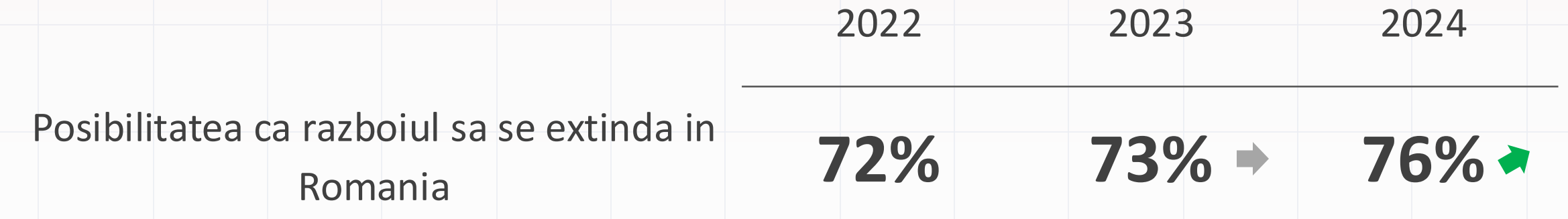
**... dar încă temători**



	2022	2023	2024
Mi-e mai frică	35%	41% ↑	39% →
Sunt mai pesimist	36%	38% →	34% ↓

5

# Din cauza prelungirii razboiului in Ucraina, temerile despre posibilitatea extinderii acestuia in Romania cresc de la an la an



Temerile financiare și războiul din Ucraina fac ca fricile privind **stabilitatea locului de muncă și siguranța familiei** să rămână ridicate în 2024, după creșterile semnificative din 2023



	2022	2023	2024
Siguranța personală și a familiei	75%	81% ↑	81% →
Stabilitatea locului de muncă	51%	68% ↑	66% →

7

# Top 3 temeri în mintea consumatorilor rămân **cele financiare** (tendință în creștere de la an la an)



	2022	2023	2024
Creșterea ratei inflației	84%	87% ↗	90% ↗
Creșterea impozitelor după anul electoral	-	-	89%
Posibilitatea unei crize economice	84%	85% →	88% ↗
Creșterea ratelor dobânzilor	64%	63% →	67% ↗
Creșterea prețurilor chiriilor	49%	49% →	53% ↗



# Inflația tinde să se stabilizeze în ultimele luni

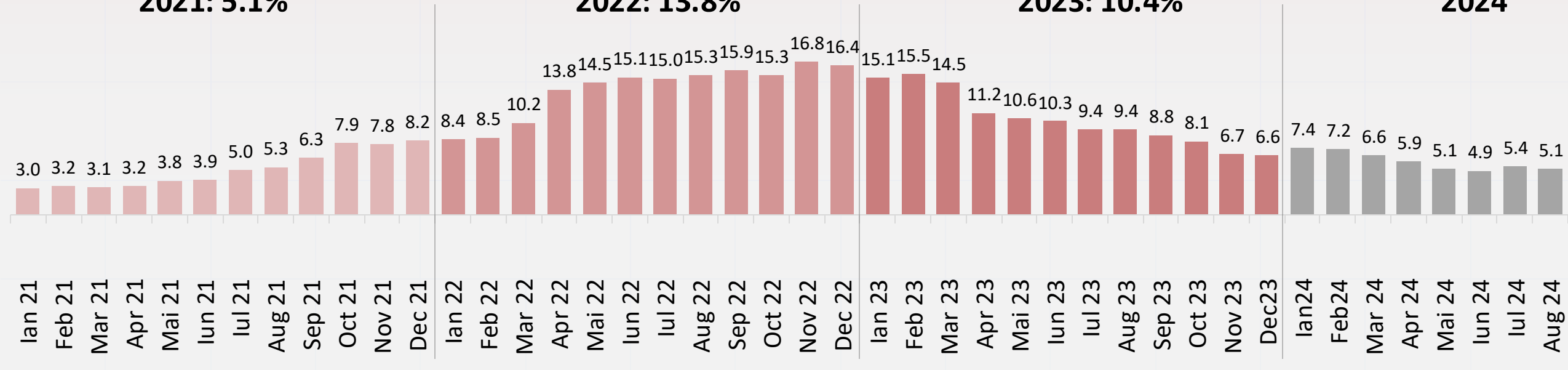
Inflație (față de aceeași lună a anului precedent)

2021: 5.1%

2022: 13.8%

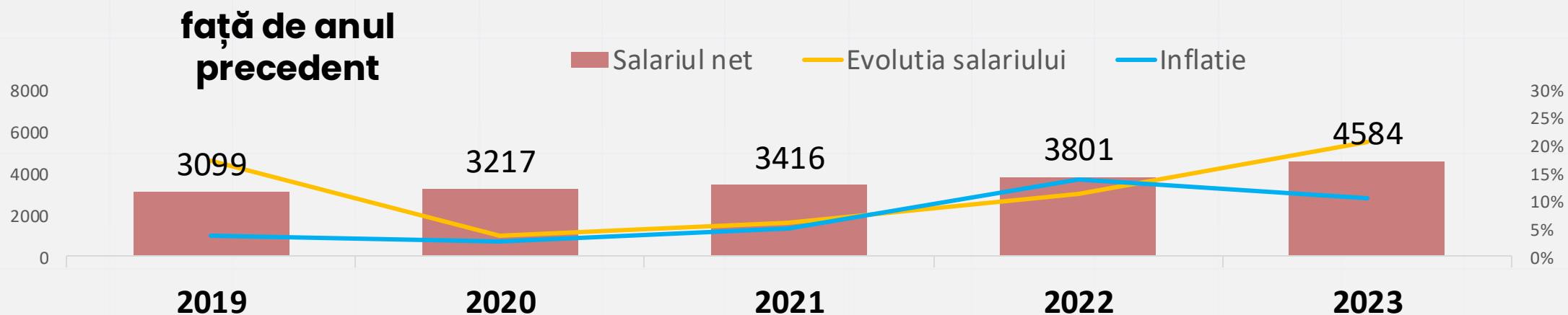
2023: 10.4%

2024

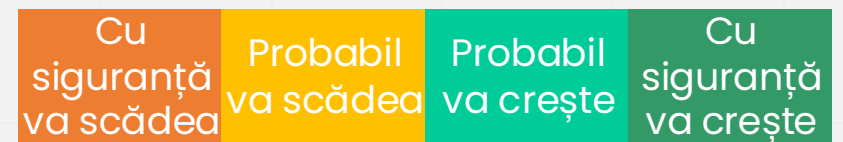
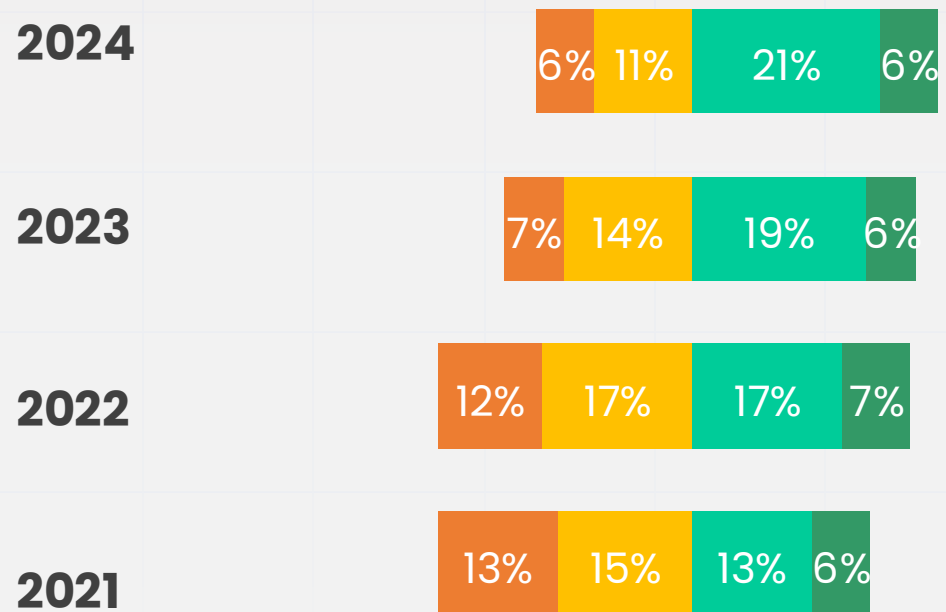


Rata medie din ultimele 12 luni:  
**6.5%**

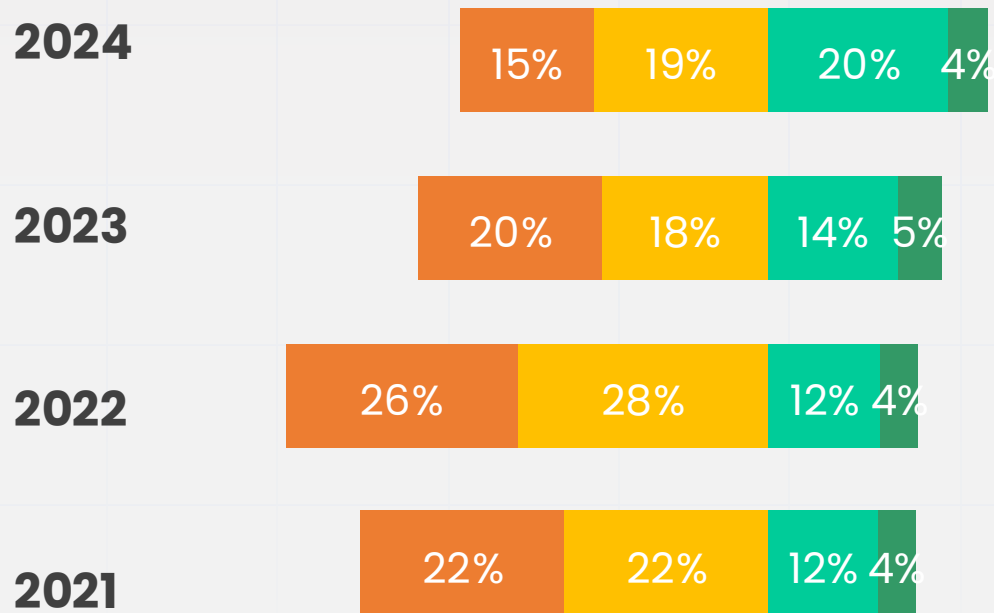
# Salariile au crescut mai mult decât inflația



# Romanii sunt optimiști cu privire la modul în care vor crește veniturile lor viitoare



# Romanii estimeaza sa economiseasca mai mult



Cu siguranță va scădea    Probabil va scădea    Probabil va crește    Cu siguranță va crește



# Educatia financiara





Majoritatea românilor văd educația financiară ca fiind utilă, indiferent dacă au primit sau nu. Cu cât crește venitul personal, cu atât educația financiară este considerată mai utilă.

## Utilitatea educației financiare

78%

% utilă + foarte utilă



Venitul personal	Utilitatea ed. financiare T2B%
Scăzut	74%
Mediu	76%
Ridicat	85%



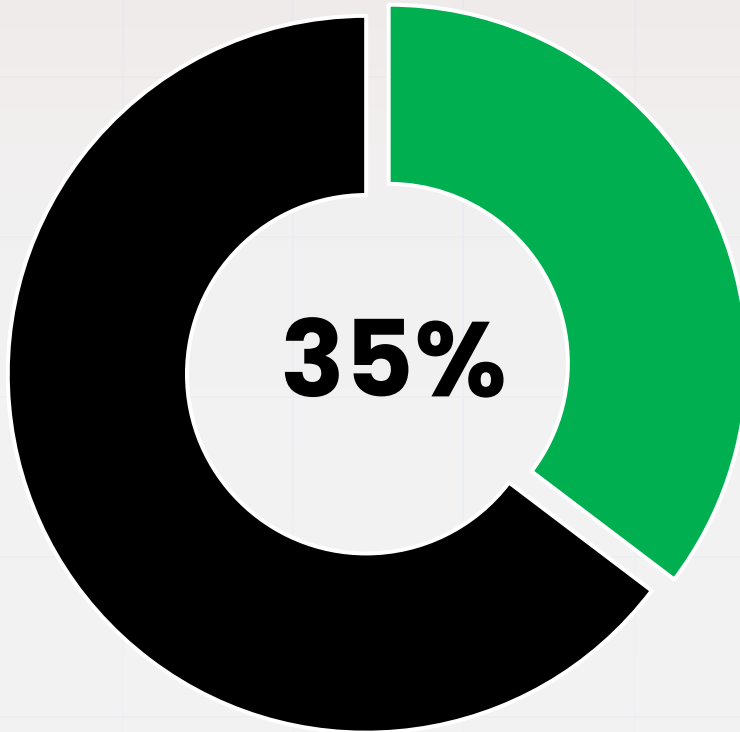
15



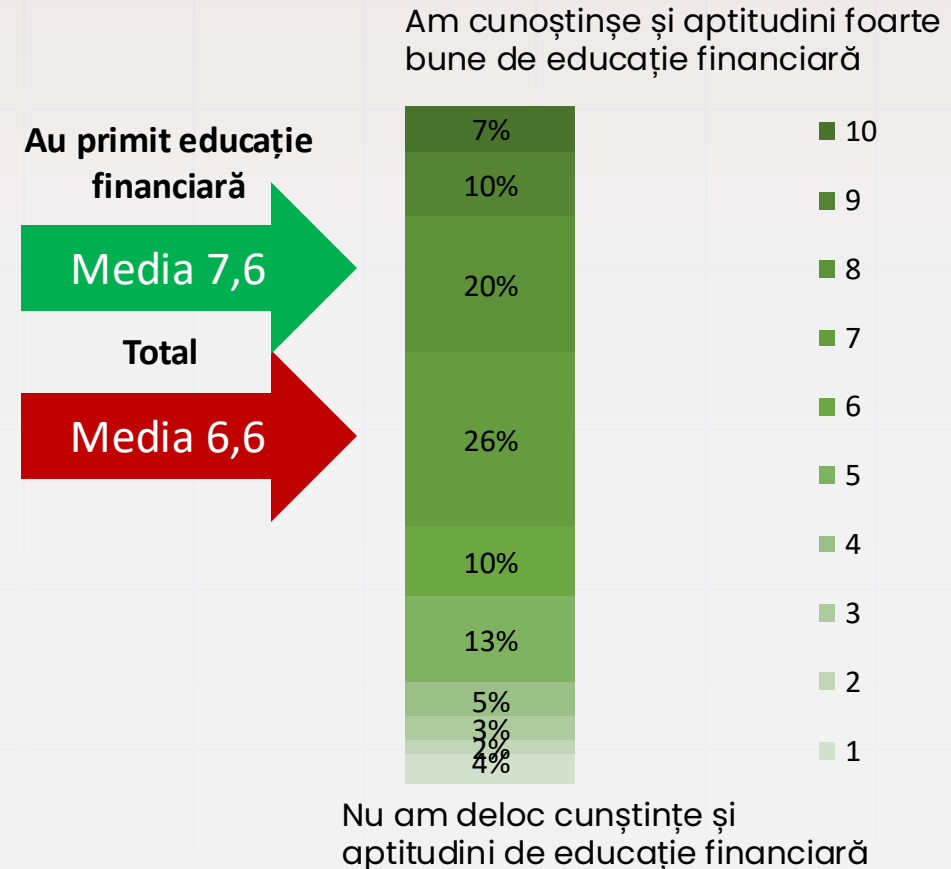
iSense Solutions  
THE MODERN CONSUMER COMPANY

Doar 1 din 3 români spun că au primit educație financiară într-un mediu formal, existând deci mult spațiu de creștere. În ceea ce privește autoevaluarea nivelului de educație financiară, aceștia își acordă o notă medie, de 6,6.

## Au primit educație financiară



## Autoevaluarea nivelului de educație financiară



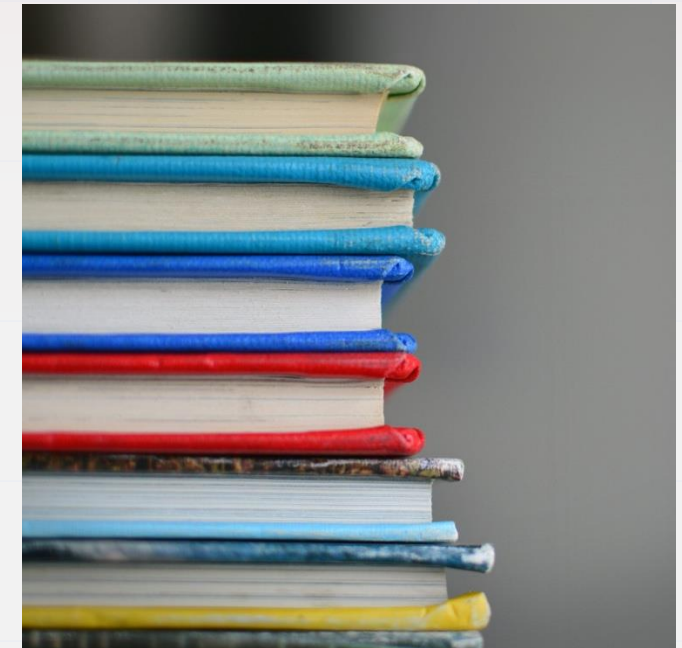
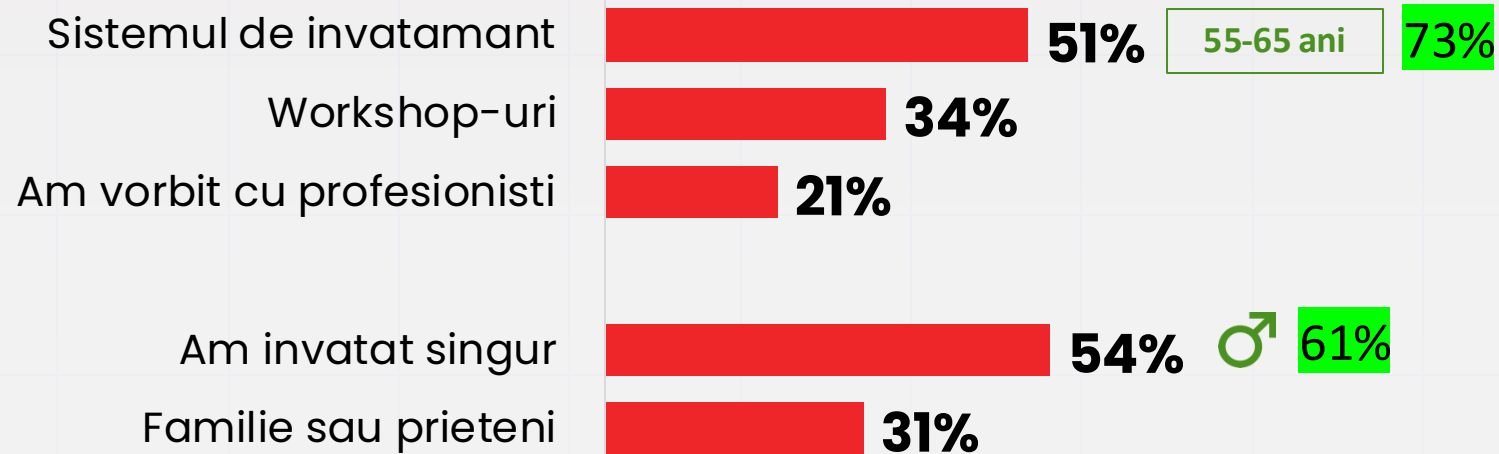
EF5. Cum ați evalua nivelul dumneavoastră de educație financiară din prezent pe o scală de la 1 la 10? Raspuns unic, N=511, toți respondenții

EF3. Până în prezent, ați primit vreodată educație financiară formală (ex: la școală, workshop-uri, seminarii, cursuri etc.)? Raspuns unic, N=511, toți respondenții



Jumătate dintre românii care au primit educație financiară spun că fie au învățat singuri, fie la școală. Bărbații tind să fie mai autodidacți decât femeile. De asemenea, seniorii spun că au învățat astfel de concepte la școală într-o măsură mai mare.

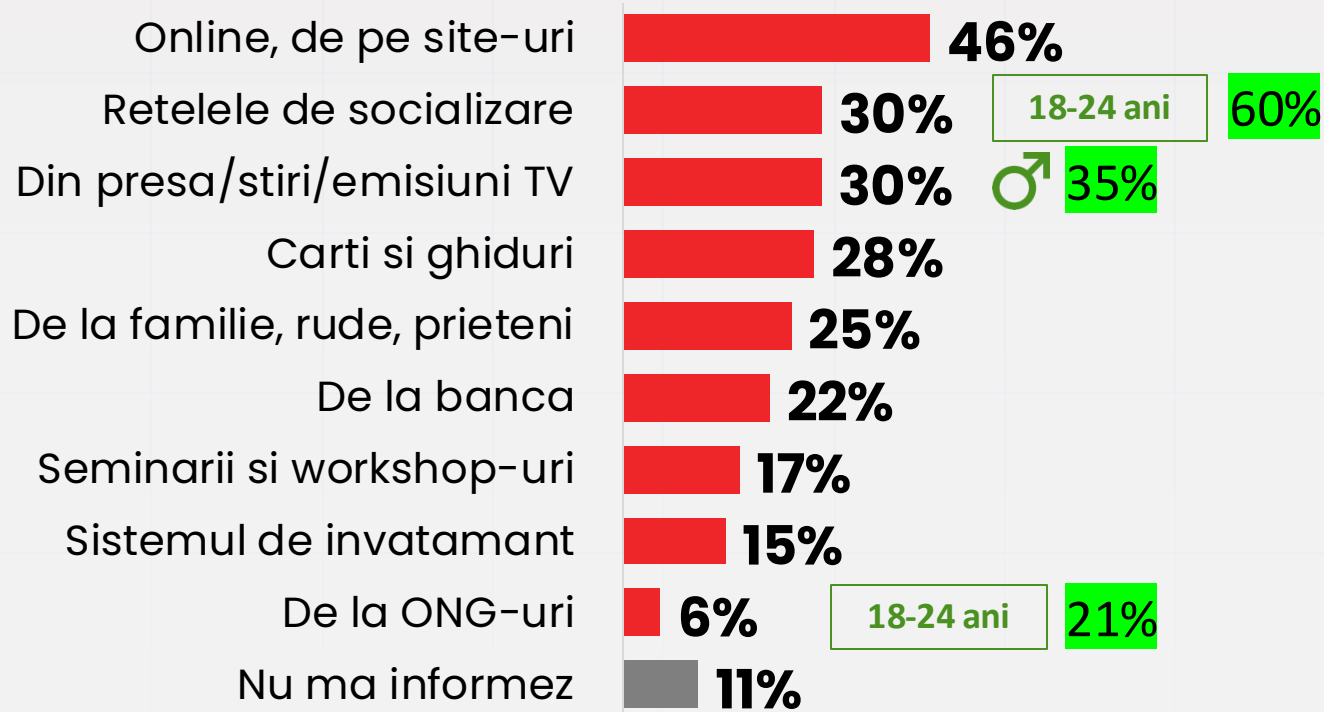
## Unde/cum au primit educație financiară



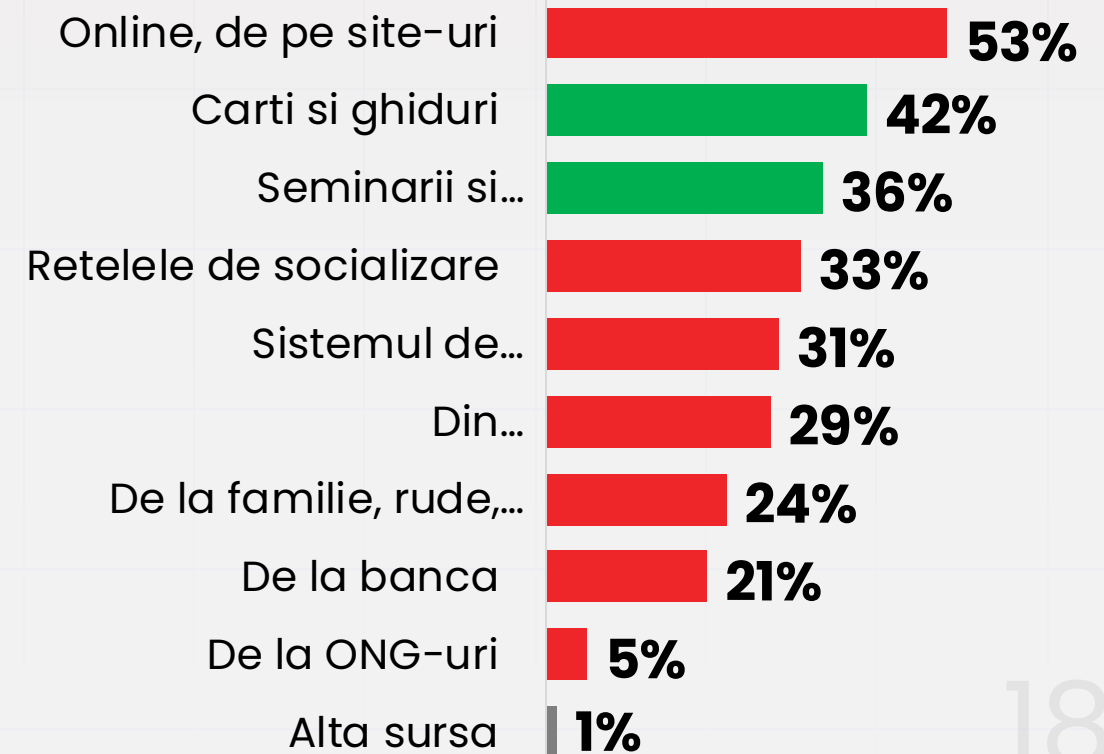
Români se informează online despre educația financiară de pe site-uri online, rețele sociale sau mass-media. Rețelele sociale tind să fie mai atractive pentru tineri în timp ce mass media în rândul bărbaților.

## Unde se informează în prezent pe teme financiare

### Romani mediul urban



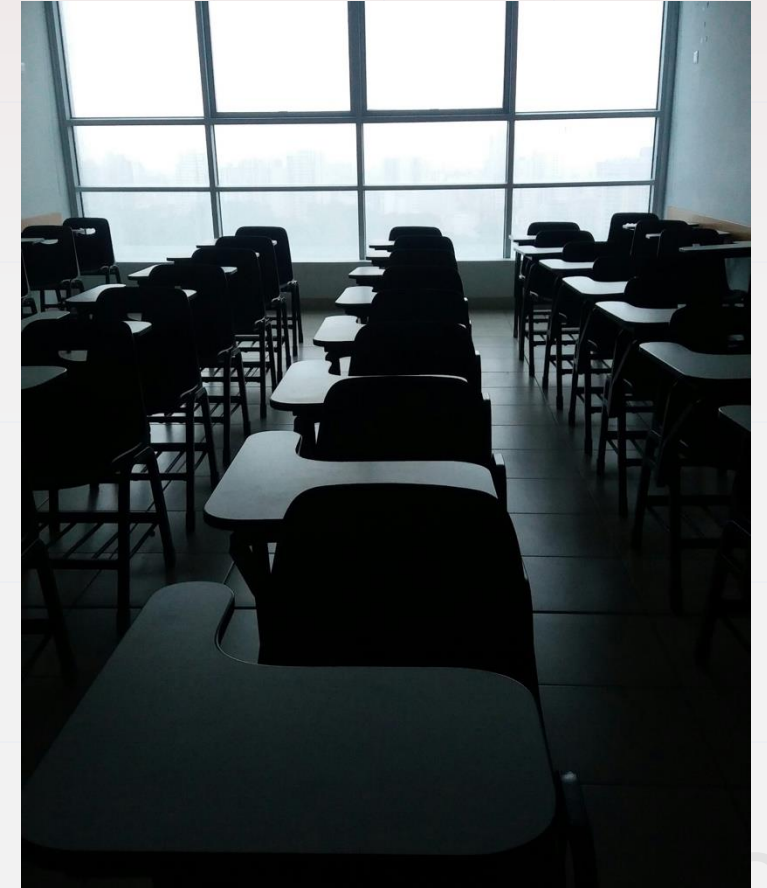
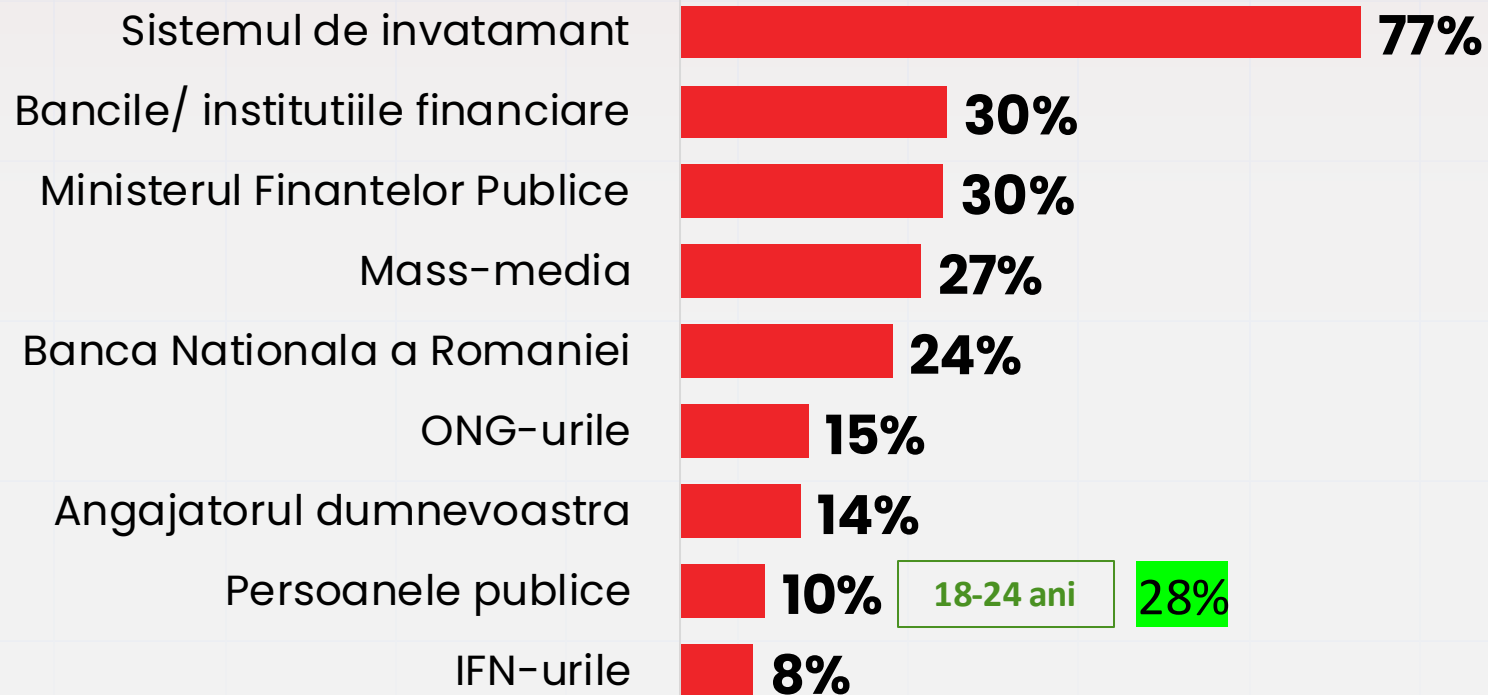
### Educati financiar



18

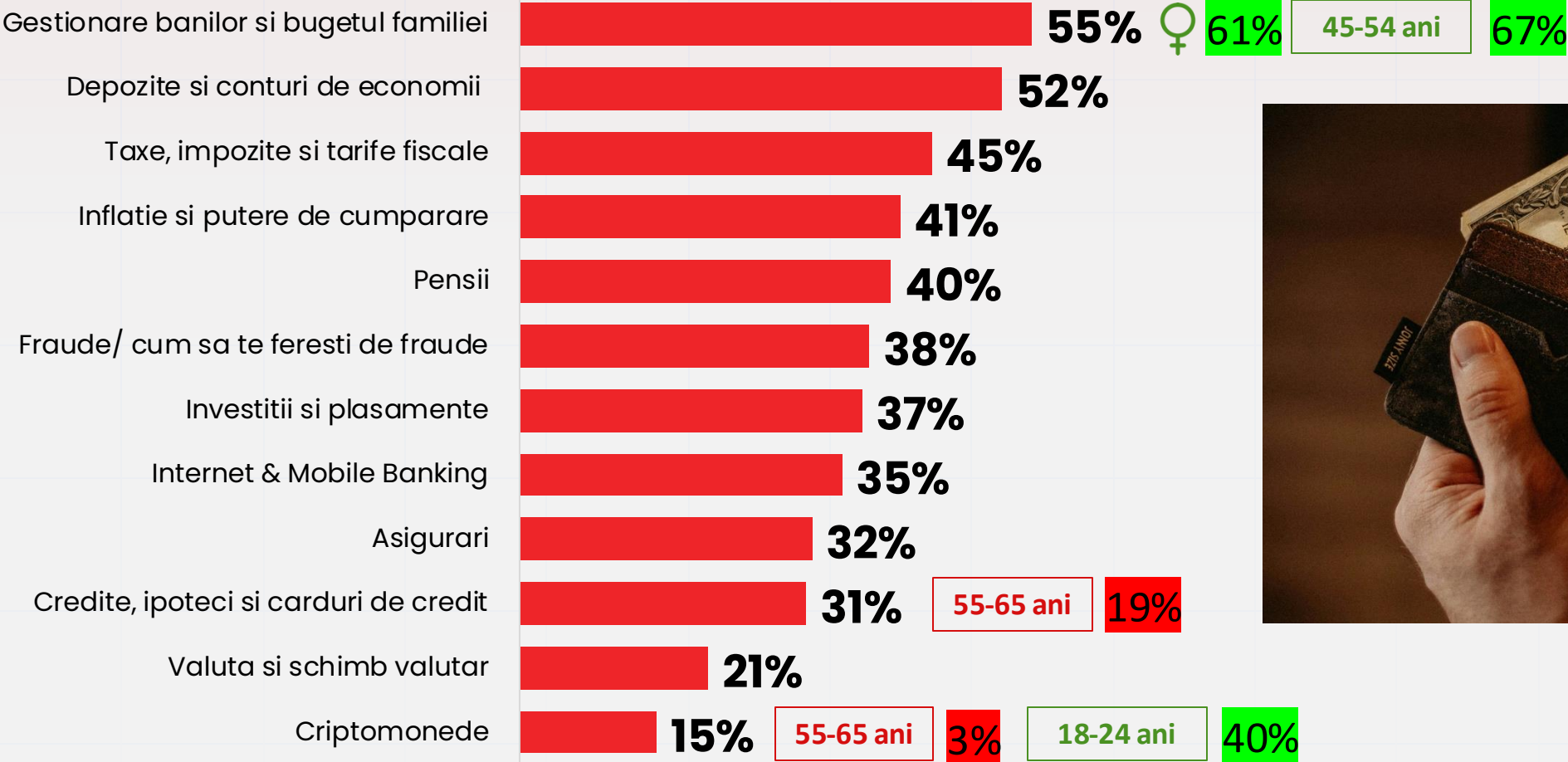
Cei mai mulți români spun că sistemul de învățământ ar trebui să fie responsabil cu educația financiară la noi în țară. Alte opinii au în vedere băncile, Ministerul Finanțelor Publice și mass-media.

## Responsabilitatea educației financiare



Gestionarea bugetului familiei pare a fi cel mai de interes subiect pentru români, urmat de economii, taxe și inflație.

## Ce informații sunt de interes





# Profil și atitudini financiare



Educația financiară îi face pe români mai atenți la cheltuieli, mai economi și mai încrezători în viitorul lor financiar.

## Comportamente

Fără educație financiară

Cu educație financiară

Compar prețurile înainte de o achiziție importantă



Prefer să îmi gestionez singur/a finanțele



Evit să fac datorii pe termen lung



Îmi monitorizez cu atenție cheltuielile



Fac economii



Am un fond de urgență pentru neprevăzut



Prefer să economisesc pentru călătorii și experiențe decât pentru lucruri materiale



Îmi fac un buget lunar și mă țin de el cu strictețe



Mă simt mai încrezător în viitorul meu financiar



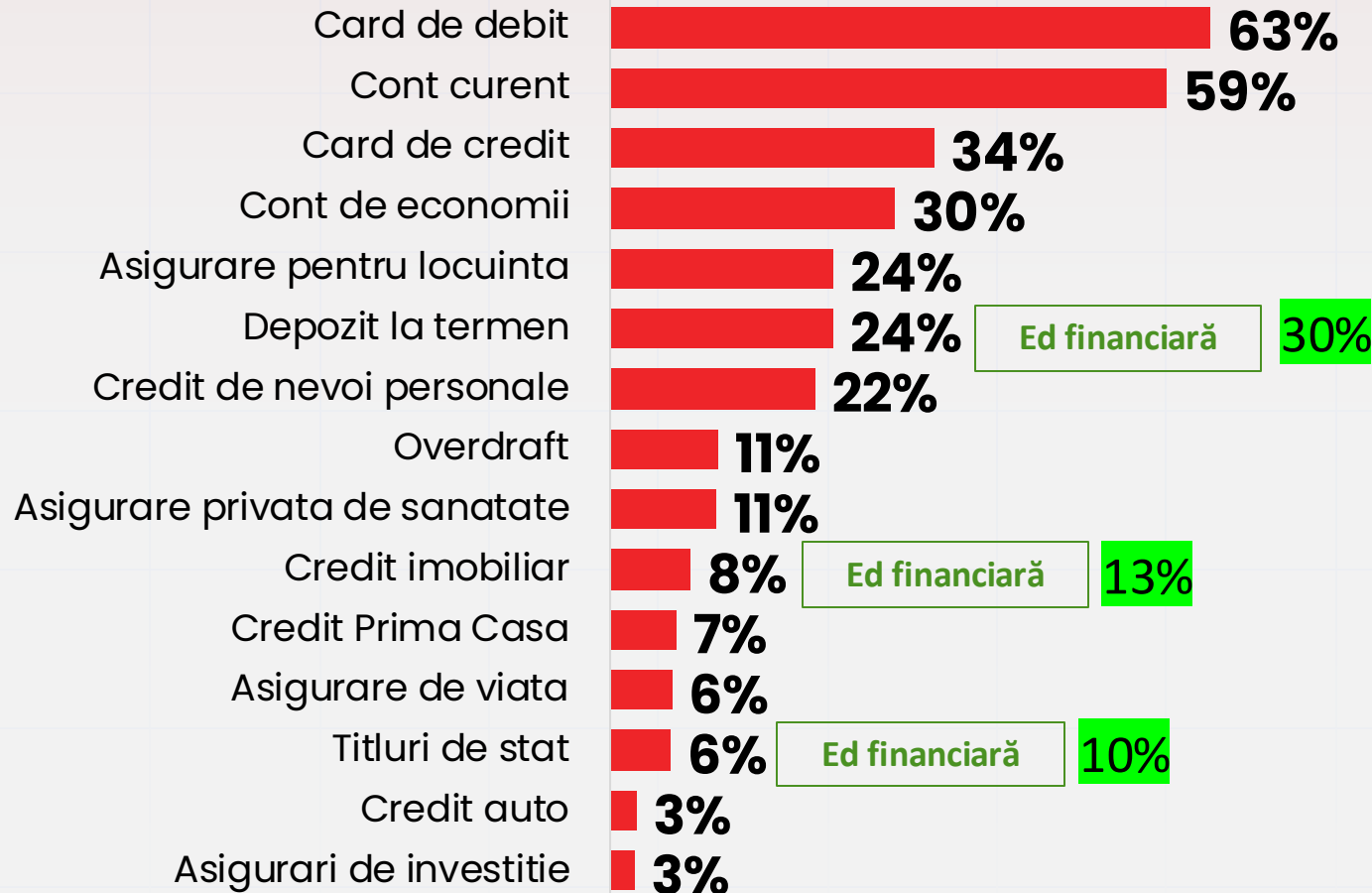
22

EF12. În ce măsură sunteți de acord cu următoarele afirmații? Raspuns multiplu, N=170 au primit ed financiară, N=341 nu au primit ed financiară

T2B % - acord + acord total

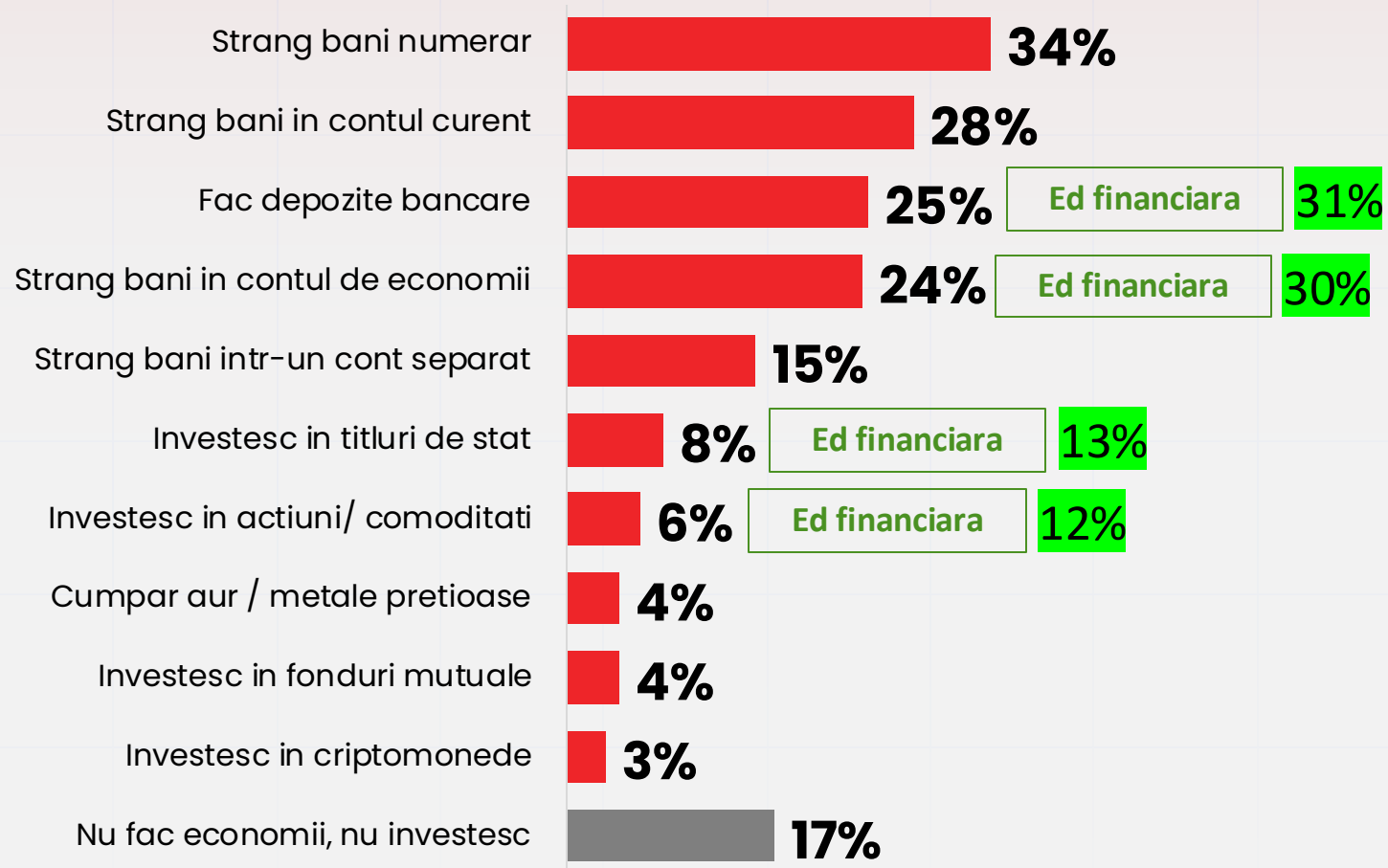
Românii cu educație financiară au în mai mare măsură credite imobiliare, dar și produse de economisire precum depozite sau titluri de stat.

## Produse financiare deținute



8 din 10 români fac economii sub o formă sau alta. Cei mai mulți strâng bani numerar sau în contul curent. Cei cu educație financiară tind să aibă o paletă mai largă de produse de economisire precum acțiuni sau titluri de stat

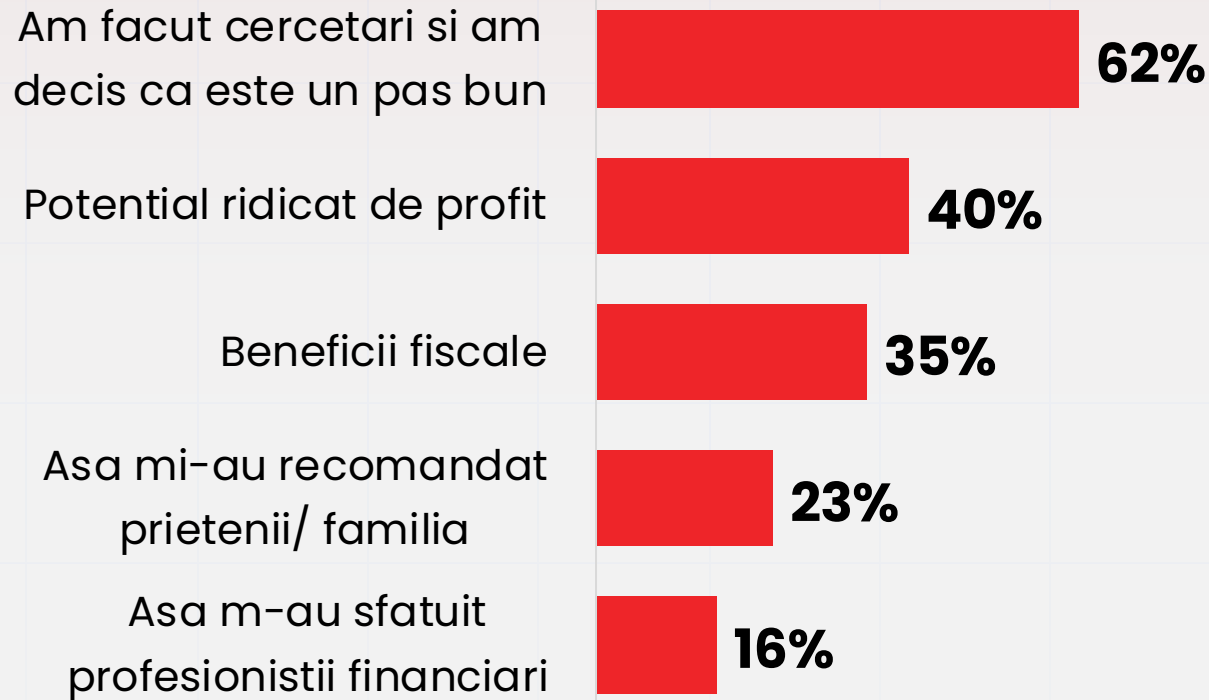
## Metode de economisire/investitie





Analiza plasamentelor disponibile și potențialul ridicat de profit sunt principalele motive pentru care românii aleg să investească.

## Motivații de investitie



**Inegalitati sociale**



# Persoanele cu mai putin acces la educatie (educatie joasa si medie) vs. persoanele cu educatie superioara

## Au semnificativ mai putin acces la sursele de informare activa pe teme financiare

Site-uri online de profil 37% vs. 50%

Consiliere de la banca 14% vs. 26%

Carti si ghiduri 16% vs. 35%

Seminarii si workshop-uri 9% vs. 22%

## Le este mai putin clar de la cine sa astepte programe de educatie financiara si ce informatii pot primi

**Top informatie de interes:** cum sa te feresti de fraude:

37%

## Sunt mai putin increzatori in viitorul lor financiar

39% vs. 44%

## Mai putini au un "fond de urgenta"

50% vs. 57%

## Au mai degraba un venit mai scazut

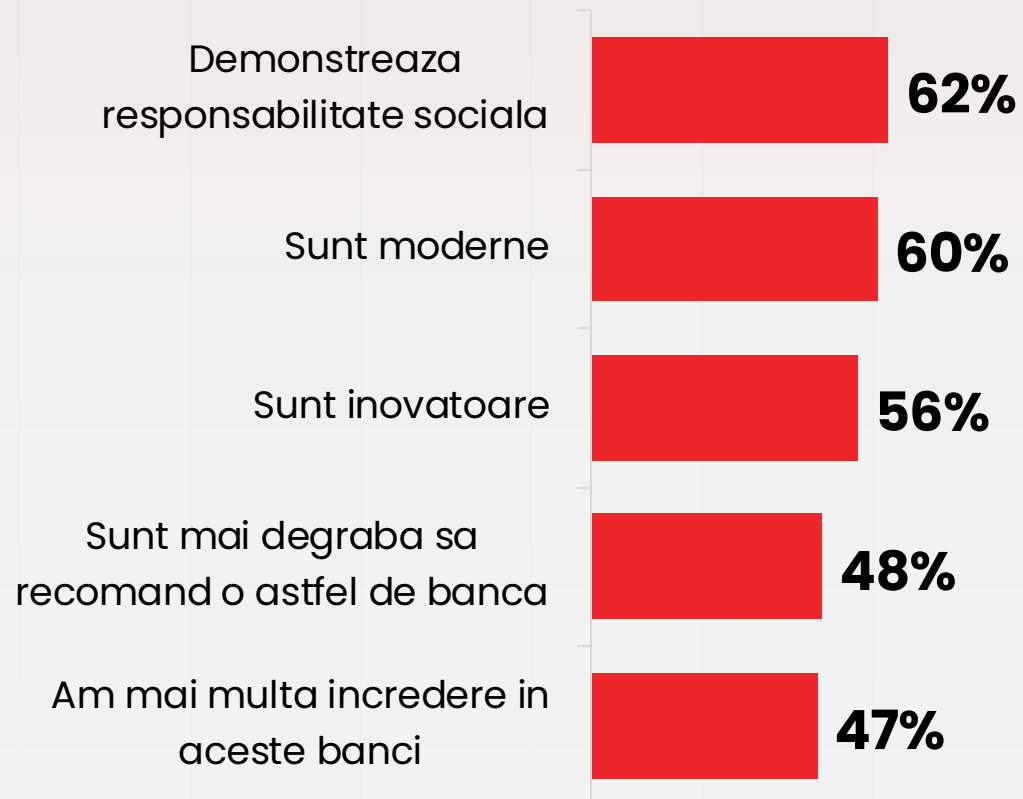


**Percepția băncilor care fac  
educație financiară**



Băncile care au proiecte de educație financiară sunt văzute ca fiind responsabile, moderne și inovatoare.

## Imaginea bancilor care fac educație financiară

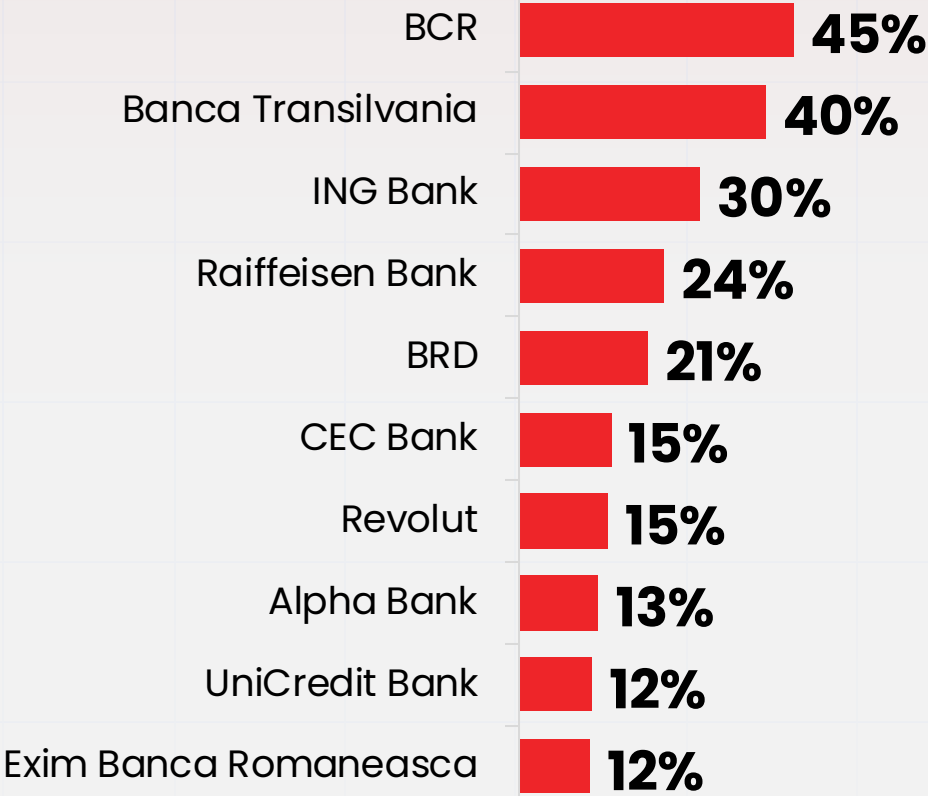


29

BNK3. În ce măsură sunteți de acord cu următoarele afirmații cu privire la băncile care derulează proiecte de educație financiară? Raspuns multiplu N=388, respondenții care au auzit de proiecte de educație financiară ale băncilor



# Principalele bănci care fac educație financiară



**Concluzii**



## Concluzii:

- 94% dintre românii din mediul urban au auzit de termenul “educație financiară”;
- 1 din 3 români din urban consideră că au primit educație financiară;
- 8 din 10 români consideră educația financiară utilă, fie că au primit sau nu;
- Cele mai de interes subiecte sunt: bugetul familiei, depozitele și taxele;
- 8 din 10 români consideră că sistemul de învățământ ar trebui să fie responsabil cu educația financiară a populației.

### **Românii educați financiar:**

- Sunt mai atenți la cheltuieli, mai economi și mai încrezători în viitor;
- Au în mai mare măsură credite ipotecare, produse de economisire precum depozite și titluri de stat, investesc mai mult în acțiuni și fonduri mutuale
- Categoriile vulnerabile pot fi impactate pozitiv de programe CSR de educație financiară
- Băncile care au programe de educație financiară sunt văzute ca fiind responsabile, moderne și inovatoare.



# Mulțumim!



**iSense Solutions**  
THE MODERN CONSUMER COMPANY

Email: [traian.nastase@isensesolutions.com](mailto:traian.nastase@isensesolutions.com)

Phone: 0723.29.29.38