



ASOCIAȚIA ROMÂNĂ A BĂNCILOR

5 decembrie 2011

Asociația Română a Băncilor

- ▶ ARB este o asociație profesională non-profit;
- ▶ ARB are 40 de membri. Toate băncile din România sunt membre ale ARB;
- ▶ Obiectiv principal: reprezentarea și apărarea drepturilor și intereselor membrilor, în conformitate cu statutul asociației și cu legislația națională;



Membră a Grupului Eurobank EFG



Reușim împreună.



Asociația Română a Băncilor

Conducerea ARB este asigurată de:

- ▶ Adunarea Generală
- ▶ Consiliul Director
- ▶ Conducerea Executivă

Obiective

- Implementarea standardelor IFRS începând cu data de 1 ianuarie 2012
- Susținerea punctului de vedere al comunității bancare în procesul de adaptare al legislației naționale la cerințele europene
- Modificarea și completarea Legii Insolvenței
- Elaborarea cadrului de auto-reglementare în domeniul plăților în lei
- Adoptarea standardelor SEPA pentru plățile naționale și pan-europene

Obiective

- Modificarea și completarea reglementărilor BNR privind lichiditatea băncilor
- Întărirea colaborării la nivelul sistemului bancar pentru prevenirea infraționalității
- Adoptarea pe scară largă a principiilor privind mobilitatea conturilor
- Lansarea de programe pentru educația financiar – bancară a populației.



Nivelul de educație financiară al Românilor

Studiu realizat de GFK Romania pentru ARB



Asociatia Romana a Bancilor
Romanian Banking Association

Metodologie

Populația de interes

Populația adultă a României

Mărimea eșantionului

1000 respondenți

Metoda de culegere a datelor

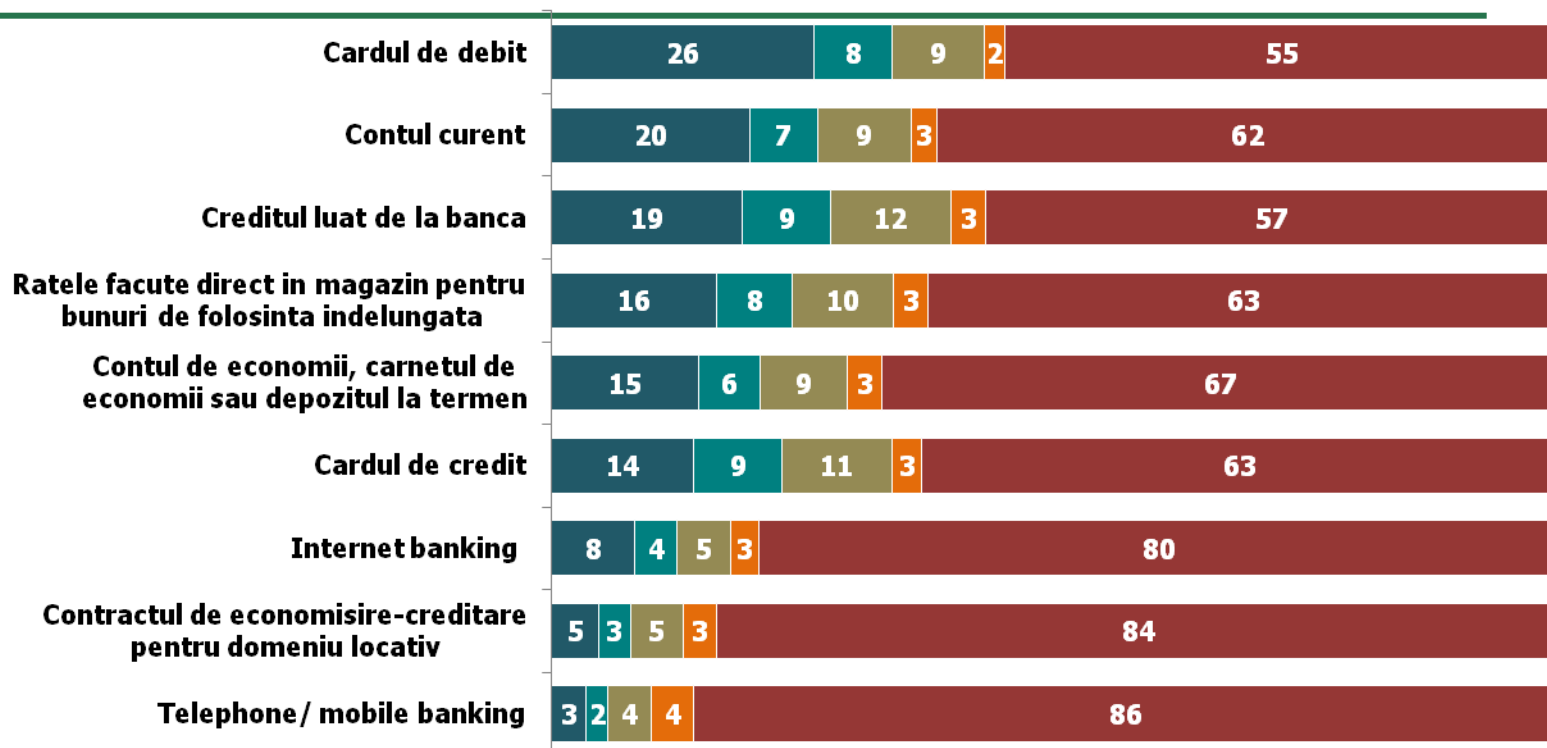
Interviurile au fost realizate telefonic, utilizând metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)

Perioada de culegere a datelor

8 Iunie – 23 Iunie, 2011

Gradul declarat de cunoaștere a produselor bancare de către întreaga populație

Baza: toata populația (banclarizată și nebanclarizată) – N=1000; %

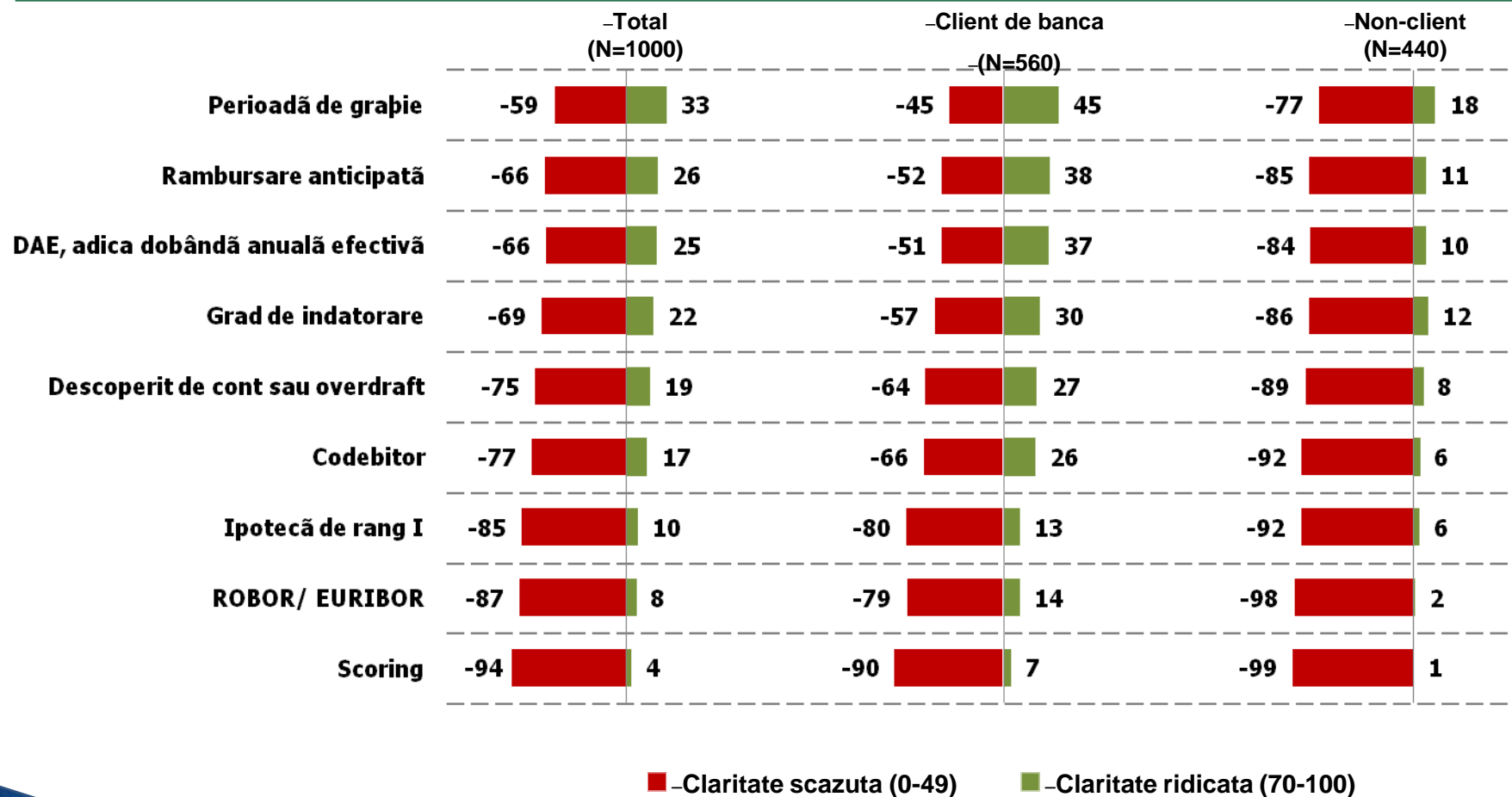


Gradul de cunoaștere a produselor, la nivelul întregii populații este asociat cu gradul de utilizare a acestora, dar nu toate produsele sunt cunoscute la fel de bine de către utilizatorii lor.

- Cunoaștere foarte ridicată (90-100)
- Cunoaștere ridicată (70-89)
- Cunoaștere medie (50-69)
- Cunoaștere scăzută (30-49)
- Cunoaștere foarte scăzută (0-29)

Gradul declarat de cunoaștere a termenilor bancari legați de creditare

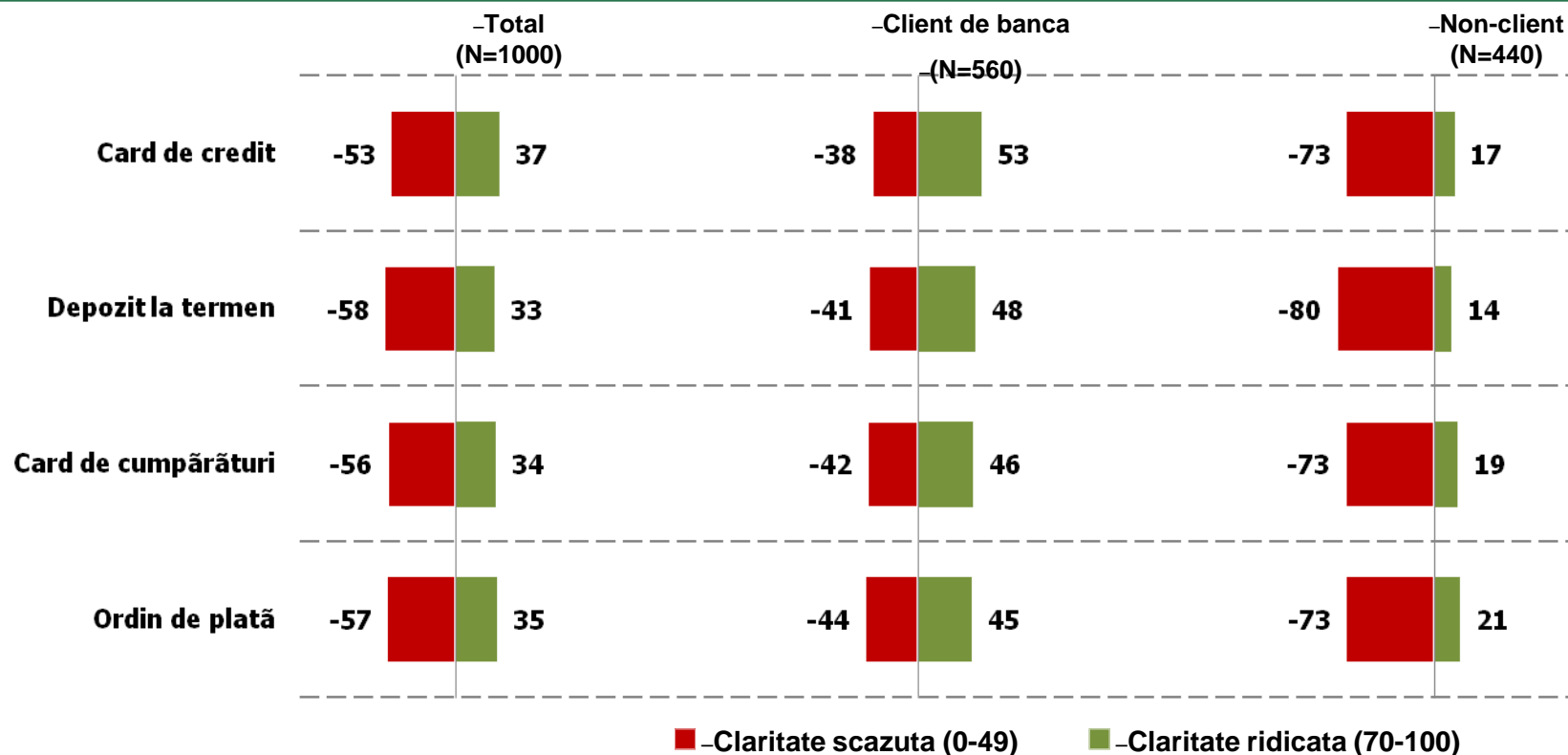
Baza: toată populația (bancarizată și nebanclarizată) %



Gradul declarat de cunoaștere a altor termeni bancari



Baza: toata populația (banclarizată și nebanclarizată)%



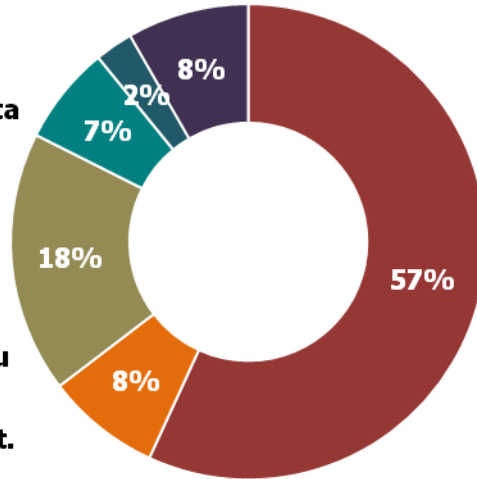
Persoanele educate și cele care lucrează sunt în mai mare măsură banclarizate și cunosc mai bine aceste produse/ servicii bancare.

Obiceiul de a compara mai multe oferte

Baza: populatia bancarizată N=506; %

Numărul de oferte comparate la achiziția unui produs

- Nicio comparatie
- Comparatie cu inca o oferta
- Comparatie cu inca 2-3 oferte
- Comparatie cu inca 4-5 oferte
- Comparatie cu 6 oferte sau mai multe
- Angajatorul a ales (doar pt. card de debit)

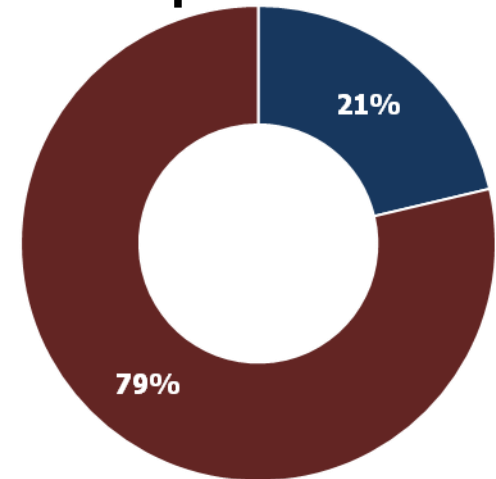


–**Nota:** Optiunea „Compania a ales pentru dumneavoastra” se aplica doar in cazul persoanelor pentru care cardul de debit reprezinta ultimul produs achizitionat.

Cei care compară mai multe oferte înainte să achiziționeze un produs provin preponderent din mediul urban (70%).

Utilizarea site-urilor pentru comparatii de produse bancare

- Da
- Nu

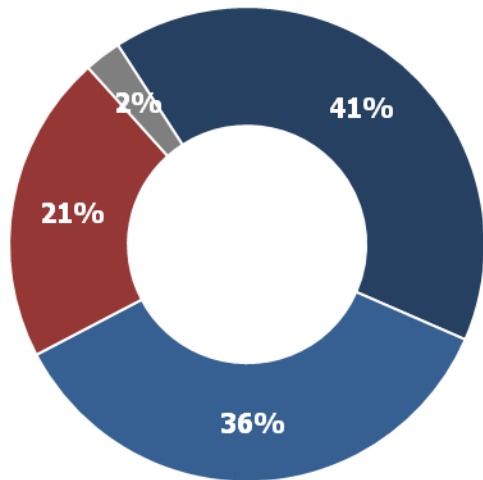


Obiceiul de a citi contractul și nivelul de înțelegere

Baza: populația bancarizată
N=506; %

Obiceiul de a citi contractul

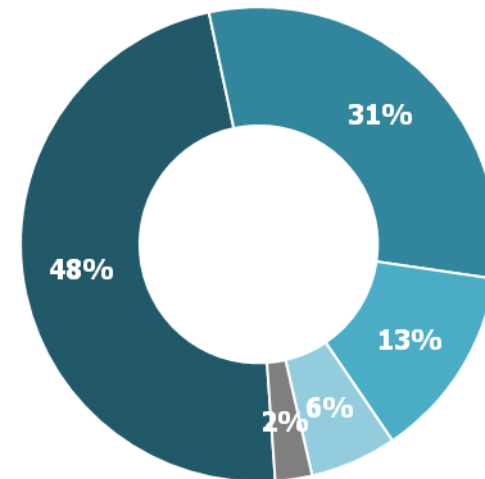
(utilizatori de produse bancare)



- Ati citit contractul in intregime
- Ati citit partial contractul
- Nu ati citit deloc contractul
- Nu stiu/ Nu raspund

Nivelul de intelegere a contractului

(utilizatori care au citit cel puțin parțial contractul)



- Total a fost clar in contract
- Continea doar putine neclaritati
- Continea destul de multe neclaritati
- Continea foarte multe neclaritati
- Nu stiu/ Nu raspund

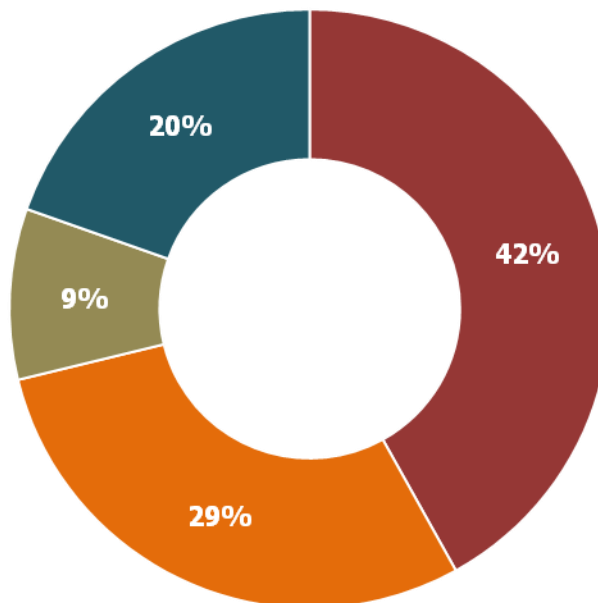
N=387

Contractele sunt citite în întregime în mai mare măsură de cei care contractează produse de economisire decât de cei care achiziționează conturi curente sau carduri.

Existența obiceiului de a se informa cu privire la produsele bancare

Baza: toata populația (bancarizată și nebancarizată)

- Deloc - nu ma intereseaza deloc produsele bancare
- Doar atunci cand vreau sa imi iau un produs
- Doar cand imi atrage ceva atentia
- Incerc sa ma mentin informat despre subiecte bancare = comportament activ de informare



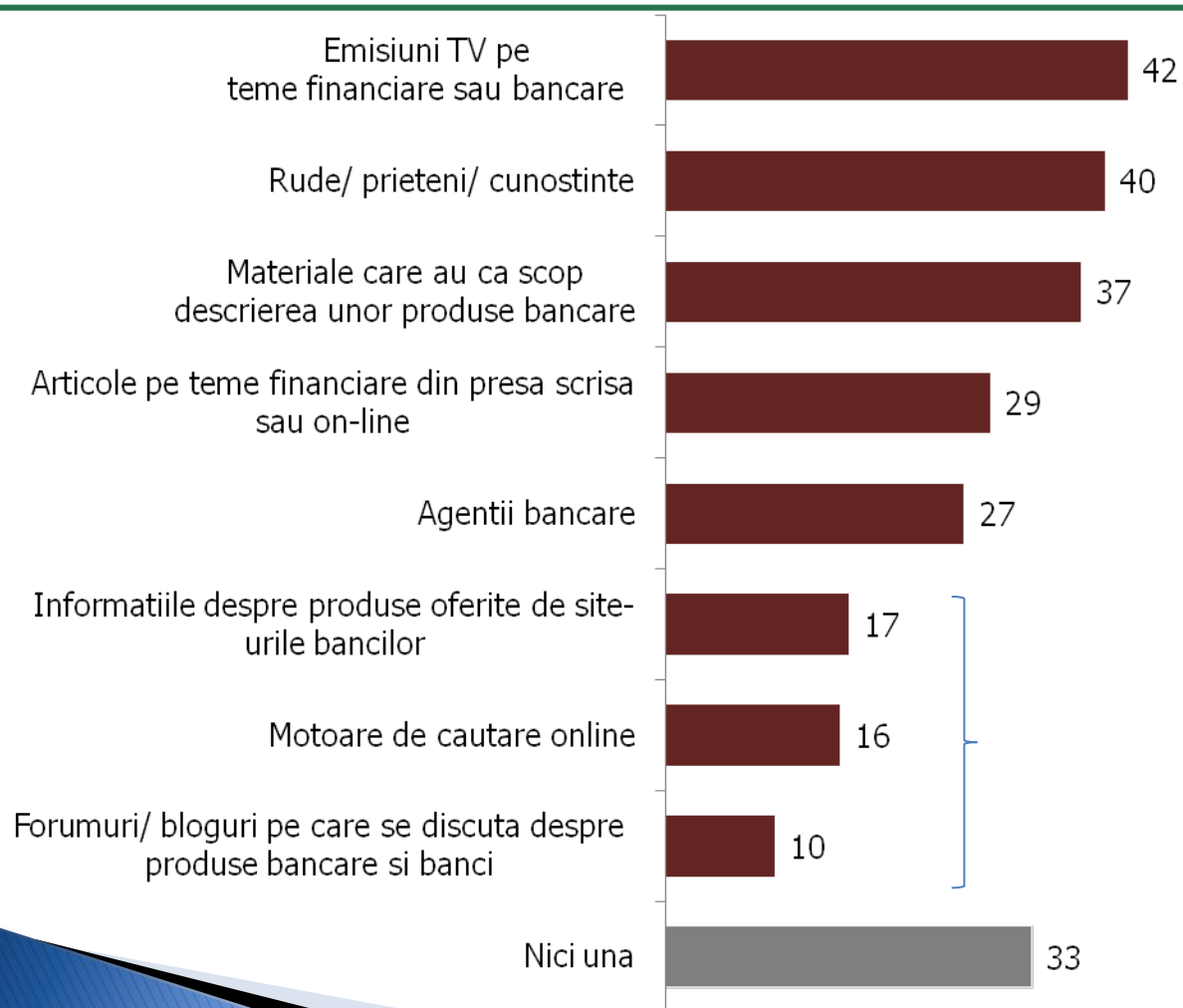
Angajații cu studii superioare sunt cei mai înclinați să se mențină informați cu privire la produse bancare, termeni bancari, etc

Cei care nu se interesează deloc de produsele bancare sunt, în general, persoane nebancarizate. Totuși 23% din populația bancarizată este la fel de dezinteresată de acest subiect.

Canale de informare utilizate

Baza: toata populatia (banca­rizata și nebanca­rizata)

N=1000; %



Educația financiar- bancară a populației

ARB lansează un program de educație financiar- bancară

- Campania se derulează la postul public de televiziune TVR1
- Perioada de derulare a campaniei este decembrie 2011- iulie 2012
- 14 fillere distincte (2 minute fiecare)
- Difuzarea: în fiecare zi de marți și joi în intervalul orar 18.55- 19.05 și în fiecare zi de sâmbătă și duminică înainte de telejurnalul de prânz (13.50-14.00).