

EMULATORS.LV

Mārketing – Dinamisks. Mērķtiecīgs. Iedarbīgs.
Marketing – Dynamic. Targeted. Effective.
Маркетинг – Динамичный. Целенаправленный. Эффективный.

PIEMĒRI / EXAMPLES / ПРИМЕРЫ

Latvijas Komerčbanku asociācija
Association of Latvian Commercial Banks
Ассоциация Коммерческих банков Латвии

Latviski. Latvian. Латышский.

<http://www.lv.lv/index.php?menu=lvplus&type=doc&sub=5&id=148538>

Latvijas Vēstnesis

Lieto finanšu produktus gudri!

Katastrofālais zināšanu trūkums ir viens no finanšu sektora attīstības kavēkļiem

Lai gan iedzīvotāji pēdējā laikā aizvien plašāk izmanto banku piedāvātos pakalpojumus atbilstoši savām vajadzībām, eksperti aptaujā atklājuši pamatīgu zināšanu deficītu.



Lai garantētu sev lielāku drošību darījumos ārzemēs, vēlams daļu finanšu ņemt līdzī skaidrā naudā, lai varētu norēķināties arī tur, kur nepieņem attiecīgo maksājumu karti

Foto: Māris Kaparkalējs, "LV"

Piemēram, viens no banku piedāvātajiem produktiem ir maksājumu kartes. Aptuveni puse no aptaujātajiem zina, kas ir kredītkarte un debetkarte, bet pārējiem šķiet, ka tās viena no otras īpaši neatšķiras. Latvijā tas arī nav tik aktuāli, jo visas maksājumu kartes tiek pieņemtas un norēķināties iespējams bez problēmām. Problēmas parasti sākas ārzemēs, kur nereti rodas neskaidrības un jādūdz bankas palīdzība. Bieži vien nezinašanas dēļ cilvēki vispār neņem līdzī kartes un uzskata par labāku izmantot skaidru naudu.

Kā "LV Plus" jau rakstīja, būtiskākā atšķirība starp debetkarti un kredītkarti ir tāda, ka debetkartes īpašnieks izmanto savu naudu, kas iemaksāta kartē piesaistītajā kontā, bet kredītkartes īpašniekam ir nodrošināta pieeja bankas naudai, kas pēc noteikta laika tiek atskaitīta no klienta norēķinu konta.

Pašmāju iedzīvotāji kartes vairāk lieto Latvijā, nevis ārvalstīs. Rodoties sarežģījumiem ar maksājumu kartēm, nekavējoties jāsazinās ar savas bankas klientu servisu, skaidro Latvijas Komerčbanku asociācijas Komunikāciju komitejas vadītājs Ramils Kadirovs. Lai izvairītos

Līdz šim komerčbankas izglītojošo, skaidrojošo un pētniecības darbu bija veikušas katra atsevišķi, bet kopumā plašāka pētījuma trūka. Tādēļ Latvijas Komerčbanku asociācija nolēma, ka pūles jāapvieno un jānoskaidro, kādus finanšu instrumentus privātpersonas lieto, kādus nelieto un kāpēc.

Maksājumu kartes

Pētījums parādīja, ka cilvēki aizvien biežāk izmanto banku pakalpojumus, turklāt sadarbojas ne tikai ar vienu, bet divām, trim un vairāk bankām. Vienlaikus tas atklāja vairākas lietas, kas patiesībā skaidrojamas ar cilvēku nezinašanu un iepriekšējiem ieradumiem.

Ramils Kadirovs / Ramil Kadyrov / Рамиль Кадыров

EMULATORS.LV

Mārketing – Dinamisks. Mērķtiecīgs. Iedarbīgs.
Marketing – Dynamic. Targeted. Effective.
Маркетинг – Динамичный. Целенаправленный. Эффективный.

PIEMĒRI / EXAMPLES / ПРИМЕРЫ

no nepatikamiem starpgadījumiem un garantētu sev lielāku drošību darījumos ārzemēs, optimālākais risinājums ir daļu finanšu ņemt līdzī skaidrā naudā, lai varētu norēķināties arī tur, kur nepieņem attiecīgo maksājumu karti.

Lai nauda vienmēr būtu drošībā, eksperti arī iesaka ārzemēs par mazākiem pirkumiem norēķināties skaidrā naudā, bet par lielākiem - ar karti. Kas attiecas uz atšķirībām starp kredītkartēm un debetkartēm, ir jāatceras, ka ārzemēs ir atsevišķas vietas, piemēram, viesnīcas, kur tiek apkalpotas tikai kredītkartes klasiskā izpratnē.

Internetbanka

Otra banku piedāvāto produktu grupa saistīta ar internetbankas lietošanu. Pēdējos gados Latvijā internetbankas lietotāju skaits ir ievērojami pieaudzis. Taču iedzīvotāji, lai arī izmanto internetbanku, dara to ne visai aktīvi - rēķinus elektroniski kārtoti tikai 62% no interneta lietotājiem. Tātad vēl aizvien netiek novērtētas priekšrocības, ko sniedz internetbankas izmantošana, kas ļauj ietaupīt laiku un līdzekļus. Te daļēji vainojams tas, ka interneta lietotāji nav pārliecināti par internetbankas drošību, lai gan drošību var garantēt pavisam vienkāršu piesardzības pasākumu izmantošana.

Tomēr viens no galvenajiem iemesliem, kāpēc internetbankas lietotāju skaits ir ierobežots, ir tas, ka interneta pieslēguma joprojām nav katrā mājāsniecībā un internets pārsvarā tiek lietots darbavietā un publiskās vietās, nevis mājās. Tiklīdz būs vairāk interneta lietotāju privātpersonu mājās, automātiski pieaugs arī internetbankas lietotāju skaits. Tādējādi tas atkarīgs ne vien no izglītojošā darba iedzīvotāju vidū, bet arī no interneta pakalpojumu sniedzējiem.

Uzkrājumi

Vēl viena liela produktu grupa, kas saistīta ar personīgo finanšu plānošanu nākotnē, ir uzkrājumi. Tomēr daudzi joprojām ir pārliecināti, ka nevar atļauties neko uzkrāt nākotnei, taču tas ir kļūdaini priekšstats, jo mūsdienās bankas piedāvā salīdzinoši demokrātiskus uzkrāšanas produktu veidus gan attiecībā uz depozītnoguldījumiem, gan uzkrājošo apdrošināšanu, gan dažādiem pensiju fondiem un ieguldījumu fondiem.

Patiesībā nebūt nav nepieciešami lieli uzkrājumi, lai sāktu vairot savu finansiālo labklājību. Mūsdienās pietiek ar salīdzinoši nelielām ikmēneša summām, lai regulāri varētu kaut ko darīt savas nākotnes vārdā. Jebkurā gadījumā, pat neraugoties uz to, ka cilvēki ņem kredītus, uzkrājumi sniedz drošību un ievērojami palielina turpmākās manevrēšanas iespējas.

Turklāt svarīgi atcerēties, ka uzkrājošā dzīvības apdrošināšana ir vienīgais naudas krāšanas veids, kuru izmantojot valsts atmaksā atpakaļ daļu no samaksātā iedzīvotāju ienākuma nodokļa

Jautāts, vai uzkrājumus "neapēdis" inflācija, R.Kadirovs atbild noliedzoši. "Tas, ka cilvēks izvēlas veidot uzkrājumus, jebkurā gadījumā liecina par to, ka viņš domā par savu finansiālo labklājību nākotnē. Uzkrājumu veidošanas produkti ir ilgtermiņa produkti, un to garantētais ienākums tik un tā būs lielāks par to ieguvumu, ko dotu naudas glabāšana zeķē. No finanšu plānošanas viedokļa, naudas glabāšana zeķē ir aplama. Sakrājot zināmu naudas summu un vēl nopelnot procentus, saspringtos dzīves brīžos iespējams elastīgāk rīkoties un gūt lielāku manevrēšanas iespēju."

Uzkrājumu produkti ir ļoti dažādi, un arī ienākumu riska procents ir atšķirīgs. Populārākie uzkrājumu veidi Latvijā ir krājkonts un depozīts. Iedzīvotāji ir pārliecināti, ka tie ir pietiekami droši un ar zemu riska pakāpi. Savukārt pasaulē un Eiropā ļoti populāra ir uzkrājošā dzīvības apdrošināšana, kuras īpatsvars Latvijā ir ļoti zems. Kopumā dažādi Latvijā veikti pētījumi rāda, ka vairāk nekā puse iedzīvotāju uzkrājumus nekad nav veidojuši un neveido.

Rīkos skaidrošanas kampaņu

Tomēr, aurot izpratnei par piedāvātajām iespējām, aizvien lielāks skaits iedzīvotāju izvēlas vairākus produktus vienlaikus. Šobrīd populārākie produkti ir maksājumu kartes un internetbankas. Balstoties uz atziņu, ka zināšanu trūkums ir viens no finanšu sektora attīstības kavēkļiem, Latvijas Komercbanku asociācija nolēmusi vairot izpratni ne vien par šiem, bet arī mazāk populārajiem finanšu produktiem un izvērst plašu skaidrošanas darbu. Kampaņas laikā par katru produktu grupu tiks atsevišķi stāstīts, diskutēts, kā arī uzklauts iedzīvotāju viedoklis. Asociācijas priekšsēdētājs Teodors Tverijons pastāstīja, ka pirmais kampaņas posms sāksies nākamā gada martā.

EMULATORS.LV

Mārketing – Dinamisks. Mērķtiecīgs. Iedarbīgs.
Marketing – Dynamic. Targeted. Effective.
Маркетинг – Динамичный. Целенаправленный. Эффективный.

PIEMĒRI / EXAMPLES / ПРИМЕРЫ

Balstoties uz pētījuma gaitā izdarītajiem secinājumiem, šobrīd tiek izstrādāta sabiedrības izglītošanas programma. Tā būs ilgtermiņa programma, kuras ietvaros privātpersonām regulāri tiks stāstīts par tiem plusiem, kādus tās iegūst, lietojot to vai citu finanšu produktu, atspēkoti mīti un laužti iesakņojušies ieradumi. Ja vairošies iedzīvotāju zināšanas, vairošies arī viņu labklājība un bankas spēš viņiem piedāvāt aktuālākus produktus, ir pārliecināts R.Kadirovs.

Gita Kronberga

Der zināt

Noguldot naudu pensiju fondā vai uzkrājošajā dzīvības apdrošināšanā,

- * valsts atmaksā 25% no samaksātā iedzīvotāju ienākuma nodokļa;
- * bez uzkrātās summas iespējams gūt peļņas procentus;
- * tiek veidots finansiālais nodrošinājums vecumdienām;
- * izvēloties dzīvības apdrošināšanu, iespējams izvēlēties arī apdrošināšanu pret nelaimes gadījumiem.

 Atpakaļ |  Uz augšu