

# Neformalno financijsko obrazovanje na web sjedištima hrvatskih banaka

---

Nestorović, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics and Business in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:601496>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Financijski menadžment

Jelena Nestorović

**NEFORMALNO FINANCIJSKO OBRAZOVANJE NA WEB  
SJEDIŠTIMA HRVATSKIH BANAKA**

Završni rad

Osijek, godina 2024.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni prijediplomski studij Financijski menadžment

Jelena Nestorović

**NEFORMALNO FINANCIJSKO OBRAZOVANJE NA WEB  
SJEDIŠTIMA HVATSKIH BANAKA**

Završni rad

Kolegij: Financijski menadžment

JMBAG: 0280217109

e-mail: jnestorovic@gmail.com

Mentor: doc.dr.sc Hrvoje Serdarušić

Osijek, godina 2024.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics and Business

University Undergraduate Study of Financial Management


Jelena Nestorović

**INFORMAL FINANCIAL EDUCATION ON CROATIAN  
BANKS WEBSITES**

Final paper

Osijek, 2024

**IZJAVA  
O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,  
PRAVU PRIJENOSA INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA,  
SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA  
I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA**

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad  
(navesti vrstu rada: završni/diplomski/specijalistički/doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na vlastitim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna trajnom pohranjivanju i objavljivanju mog rada u Institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, Repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom Repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. Izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan s dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

**Ime i prezime studenta/studentice: Jelena Nestorović**

**JMBAG: 02680217109**

**OIB: 24555375050**

**e-mail za kontakt: jelenanestorovic87@gmail.com**

**Naziv studija: Financijski menadžment**

**Naslov rada: Neformalno financijsko obrazovanje na web sjedištima Hrvatskih banaka**

**Mentor/mentorica rada: doc.dr.sc. Hrvoje Serdarušić**

U Osijeku, 23.09.2024 godine

Potpis \_\_\_\_\_



# **Neformalno financijsko obrazovanje na web sjedištima hrvatskih banaka**

## **SAŽETAK**

Povećana potreba i svijest među potrošačima i dionicima (javnim, privatnim i civilnim) o važnosti financijskog obrazovanja s ciljem unapređenja financijske pismenosti pokreće nove trendove i promjene u poslovnim praksama kreditnih institucija. Banke, kao najvažnije kreditne institucije, prilagođavaju svoje poslovne politike i nude različite oblike neformalnog financijskog obrazovanja putem svojih web sjedišta. Cilj je bolje informirati potrošače o financijskim proizvodima kroz edukativne programe prilagođene njihovim potrebama. U ovom radu analizirana je dostupnost i prilagođenost tih edukacijskih sadržaja na web sjedištima hrvatskih banaka, s posebnim naglaskom na dostupnost sadržaja slabovidnim osobama.

**Ključne riječi:** financijsko obrazovanje, financijska pismenost, neformalno obrazovanje, slabovidnost, banke

## **Informal financial education on the websites of Croatian banks**

### **ABSTRACT**

The increased need and awareness of consumers and stakeholders (public, private and civil society) of the importance of financial education with the aim of improving financial literacy is leading to new trends and changes in the business practices of credit institutions. Banks, as the main credit institutions, are adapting their business policies and offering various forms of informal financial education through their websites. The aim is to better inform consumers about financial products through educational programs adapted to their needs. This paper analyzes the availability and adaptability of this educational content on the websites of Croatian banks, with a focus on the accessibility of the content for people with visual impairments.

**Keywords:** financial education, financial literacy, non-formal education, visual impairment, banks

# SADRŽAJ

1.	UVOD .....	1
2.	ODREDNICE FINANCIJSKE PISMENOSTI.....	2
2.1.	FINANCIJSKO ZNANJE .....	4
2.2.	FINANCIJSKO PONAŠANJE.....	6
2.3.	ODNOS PREMA NOVCU .....	7
3.	FINANCIJKA EDUKACIJA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	9
3.1.	TEMELJNI STUPOVI FINANCIJSKOG OBRAZOVANJA .....	10
3.2.	FINANCIJSKA PISMENOST U ZAKONODAVNOM KONTEKSTU .....	11
3.3.	DIONICI FINANCIJSE EDUKACIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	12
3.3.1.	JAVNI SEKTOR .....	12
3.3.2.	PRIVATNI SEKTOR I POSLOVNA UDRUŽENJA .....	15
3.3.3.	OSTALI SUDIONICI.....	16
4.	ANALIZA DOSTUPNOSTI NEFORMALNOG FINANCIJKOG OBRAZOVANJA NA WEB SJEDIŠTIMA HRVATSKIH BANAKA .....	17
4.1.	PRISTUPAČNOST WEB SJEDIŠTA BANAKA SLABOVIDNIM OSOBAMA ..	18
4.2.	PREGLEDNOST WEB SJEDIŠTA .....	20
4.3.	DOSTUPNI PROGRAMI FINANCIJSKE EDUKACIJE .....	21
5.	ZAKLJUČAK .....	23
	POPIS LITERATURE: .....	24
	Popis slika: .....	26
	Popis tablica: .....	26

# 1. UVOD

U doba industrijaliziranog društva nije bilo moguće živjeti bez osnove pismenosti – a to su sposobnosti pisanja i čitanja, tako i u današnje doba teško je opstati bez financijske pismenosti. Financijska pismenost bitan je alat za svakoga tko želi biti uspješan u današnjem društvu i donositi dobre financijske odluke. Financijsko obrazovanje, širenje znanja i vještina trebalo bi biti dostupno svim građanima bez obzira na dobnu starost, sposobnosti i zanimanje. Država zajedno sa financijskim institucijama kroz različite edukacije i oblike materijala rade na lakšem snalaženju svakog pojedinca u aktivnostima koje se tiču osobnih financija. Omogućiti njihovo jednostavno korištenje koje nakraju bi trebalo biti rezultat osobnog napretka pojedinca a time i kolektivnog boljitka. Lako preglednim i pojednostavljenim tehnikama financijske institucije omogućuju preglednost i dostupnost osim fizičkim posjetom u poslovnice, isto tako i putem digitalnih uređaja te na svojim web sjedištima lakoću snalaženja i jednostavnost u dobivanju određenih informacija, širenju znanja i educiranjem financijskih pojmova, usluga i proizvoda. Unapređenjem tehnologije banke i ostale financijske institucije učinile u svoje proizvode lako dostupnima za pregled i osobama koje su slabovidnije ili teže uočavaju označena mjesta na web stranicama banaka koje su bitne za educiranje pojedinca. Olakšana dostupnost slabovidnijim osobama dobilo se širi spektar potrošača koje itekako konzumiraju financijske proizvode. Dostupnost svakom pojedincu ujedno utječemo i na bitan dio našega cjelokupnog društva.

Predmet ovog završnog rada je neformalno financijsko obrazovanje na web sjedištima hrvatskih banaka. Cilj završnog rada je istražiti dostupnost neformalnih programa financijskog obrazovanja na web sjedištima hrvatskih banaka

Uvažavajući predmet i ciljeve istraživanja u radu su postavljene slijedeće hipoteze :

H1. Web sjedišta hrvatskih banaka imaju prilagođen sadržaj dostupan slabovidnim osobama

H2. Sve hrvatske banke imaju programe financijskog obrazovanja lako dostupne na svojim web sjedištima

U procesu istraživanja za potrebe izrade završnog rada korištene su slijedeće znanstvene metode i to: metoda kompilacije, induktivna i deduktivna metoda, metoda analize i sinteze, komparativna metoda, metoda generalizacije.



## 2. ODREDNICE FINANCIJSKE PISMENOSTI

Pismenost u najširem smislu te riječi sastoji se od razumijevanja (tj. poznavanja riječi, simbola i aritmetičkih operacija) i korištenja (sposobnosti čitanja, pisanja i računanja) materijala koji se sastoje od proze, dokumenata i kvantitativnih informacija.

Financijska pismenost se može definirati kao sposobnost upravljanja financijama korištenjem stečenog znanja o financijskim mogućnostima za ispunjavanje financijskih potreba u skladu s vlastitim željama i preferencijama te kontinuirano podizanje efikasnosti uz odgovorno financijsko ponašanje. Financijska pismenost odnosi se na sve vrste financijskih odluka vezane za osobne, obiteljske ili poslovne potrebe. Uključuje različita znanja, vještine o upravljanju novcem, znanjem o inflaciji, štednji, kamatnim stopama, investicijama, zaduživanju, kreditnom i valutnom riziku te općim i specifičnim financijskim ugovorima i brojnim financijskim instrumentima.

U vremenu kada su informacije lako dostupne i kada postoji mnoštvo različitih informacija teško je odabrati onu točnu, i istinitu. Isto tako, sve je veći broj dostupnih proizvoda, kao i dostupnih informacija te distribucijskih kanala pa ti proizvodi postaju sve kompleksniji i nedostupniji stanovništvu. U ovakvoj situaciji, čini se da je određena razina financijske pismenosti koja uključuje ne samo znanja, već i dodatne aspekte poput stavova i različitih ponašanja, neophodna kako bi se pojedinac uopće mogao snaći u financijskom svijetu te donositi odluke koje će dovesti do pozitivnih financijskih ishoda.

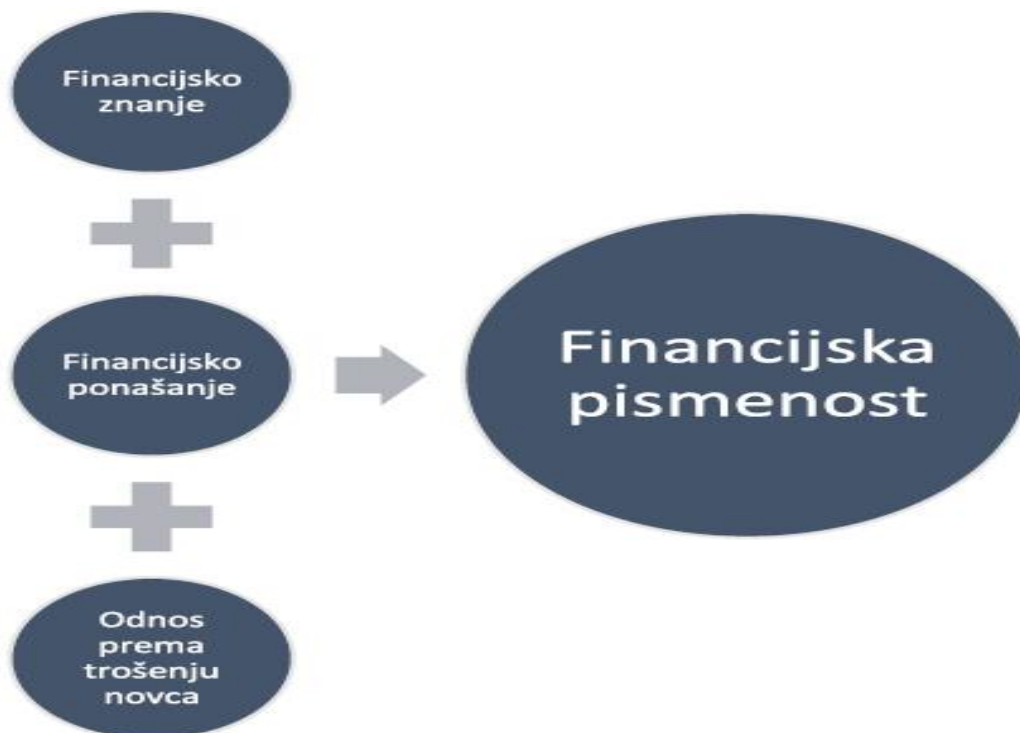
Financijska pismenost od velike važnosti ima u utjecaju na dulji životni vijek ljudi gdje nam je potreba za mirovinama puno veća, nova radna mjesta koja nastaju napretkom tehnologija i ostalih noviteta na tržištu.

Autori Barbić i Lučić (2018) ukazuju kako financijska pismenost također je važna jer financijski obrazovani potrošači pridonose učinkovitoj sinergiji financijskog i realnog sektora, što stvara pozitivan učinak na ekonomski rast i razvoj. Ona smanjuje rizike individualnih pogrešnih odluka, a time utječe na smanjivanje pojedinačnog, ali i ukupnog siromaštva u zemljama.

Prednosti koje financijska pismenosti donosi pojedincu uključuje:

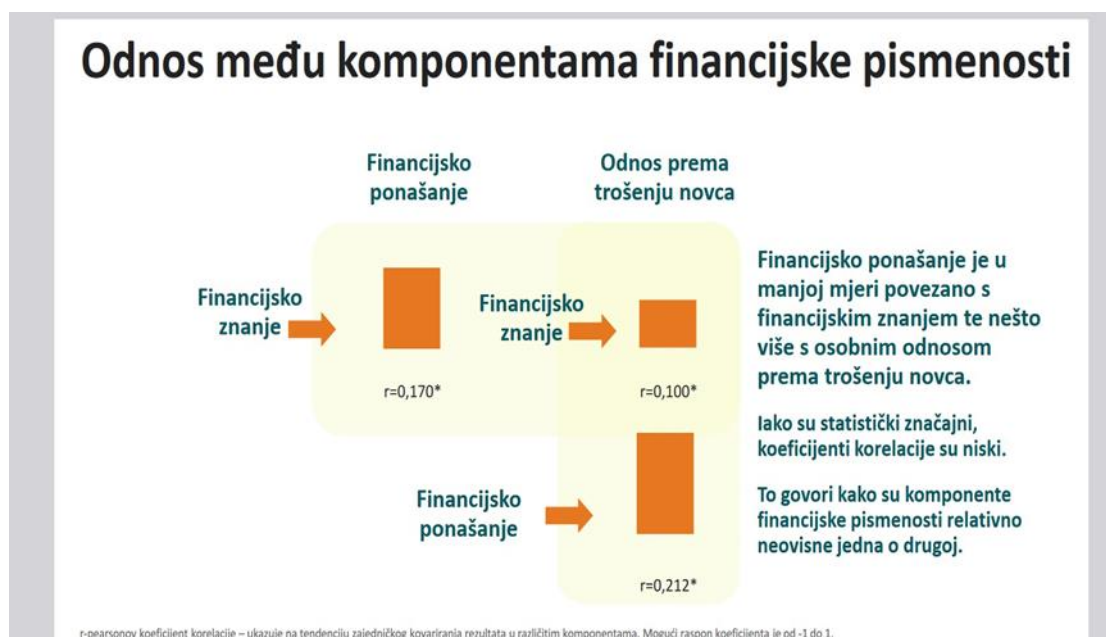
1. Bolje planiranje i ostvarivanje financijskih ciljeva,
2. Povećanje svijesti o razini potrošnje i donošenje informativnih odluka o potrošnji,
3. Odgovorno korištenje financijskim proizvodima i uslugama te snalaženje u izazovnim financijskim situacijama
4. Bolje planiranje budućnosti
5. Izbjegavanje zaduženosti, siromaštva te financijske i socijalne isključenosti (Barbić & Lučić, 2018)

Slika 1. Prikaz sastavnica financijske pismenosti



Izvor (Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2021. do 2026. godine, NN 68/2021)

Slika 2. Odnos među komponentama financijske pismenosti



Izvor <https://www.hanfa.hr/media/epjd4tgt/istra%20C5%BEivanje-financijske-pismenosti-2023.pdf>

## 2.1. FINANCIJSKO ZNANJE

Financijsko znanje, odnosno obrazovanje potrošača danas je jedan od ključnih faktora koji bi trebao igrati veliku ulogu u životu građana. Izrazito je važna zbog donošenja ispravnih, realnih i konkretnih odluka vezanih uz osobnu potrošnju, točnije uz osobne financije. Naravno, nije sve lako, i u životu možemo nailaziti na različite prepreke, barijere, rizike. Zbog toga je bitno u različitim situacijama opismenjavanje potrošača, te njihova dostupnost točnim i ispravnim informacijama te isto tako njihovo konzumiranje.

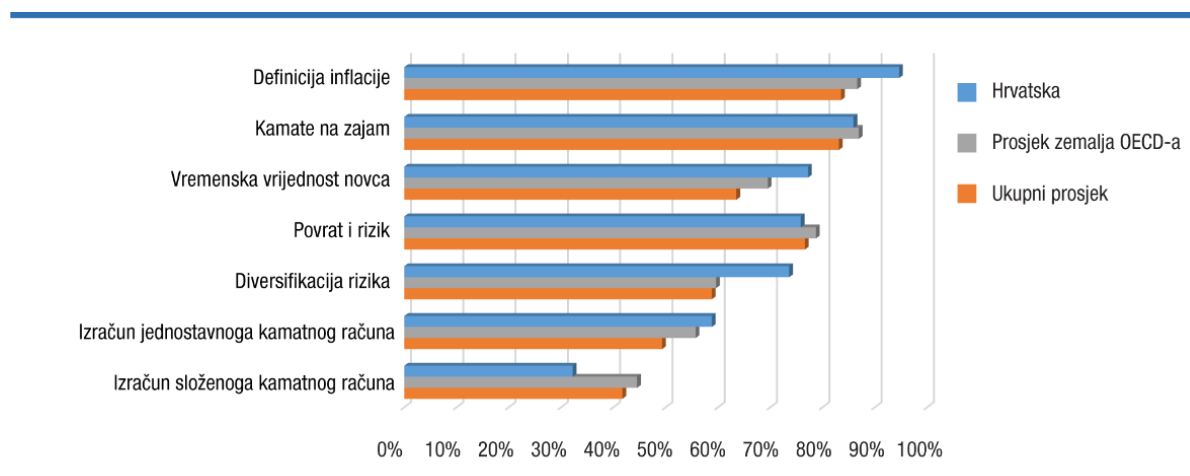
Financijsko znanje obuhvaća niz alata i koncepata koji su potrebni kako bi donosili adekvatne odluke o upravljanju novcem u bilo kojem obliku. Ono uključuje teorijsko i praktično razumijevanje financijskih pojmova, informacija i predmeta. Zadaća financijskog znanja trebala bi osigurati pojedincu potrebno shvaćanje načina konzumiranja prihoda i rashoda, te metode dugoročnog financijskog planiranja.

U svakodnevnom životu susrećemo se sa dnevnim odlukama koje utječu na naše financijsko stanje (dnevna kupovina namjernica) a i onih puno bitnijih (dugoročni krediti, štednja za mirovinu) i upravo zbog toga autori navode: adekvatna financijska pismenost stanovništva utječe na racionalno

i pravovremeno donošenje odluka o financijskim proizvodima i uslugama te omogućuje pojedincima samostalno izradu vlastitog financijskog proračuna. (Vretenar Cobović, Miklošević, & Vujčić, 2024) Financijske institucije, banke, osiguravajuća društva, mirovinski fondovi ključni su u širenju i prenošenju financijskog znanja.

Rezultati istraživanja o financijskom znanju odraslih osoba u Hrvatskoj koje je provedeno od strane Ministarstva financija Republike Hrvatske pokazalo je kako više od pedeset posto građana ima usvojeno znanje o pojmovima inflacije, kamata, vrijednost novca i diversifikacija rizika. Ostalih pedeset posto građana nije znalo izračun složenog kamatnog računa. Ostvareni postoci govore nam o ostvarenim iznadprosječnim rezultatima ukupne financijske pismenosti u istraživanju provedenom tijekom 2022. i 2023. godine po metodologiji Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD), pod nazivom "Međunarodno ispitivanje financijske pismenosti odraslih" (engl. OECD/INFE 2023 international survey of adult financial literacy). (Ministarstvo financija Republike Hrvatske, 2024).

Slika 3. Usporedba komponenti financijskog znanja



Izvor (Ministarstvo financija Republike Hrvatske, 2024)

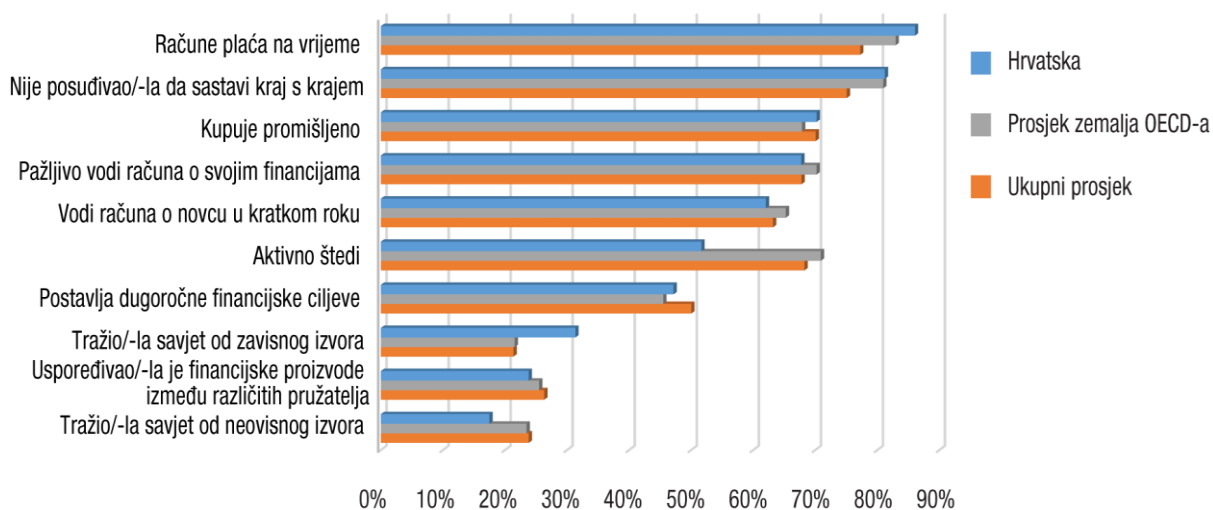
## 2.2.FINANCIJSKO PONAŠANJE

Financijsko ponašanje temelji se na stečenom znanju, informiranosti i pismenosti potrošača u smislu donošenja ispravnih i racionalnih odluka. Tako smatraju Buljan Barbača & Čobanov (2024) kako je financijsko ponašanje samo jedna od komponenta financijske pismenosti, i s obzirom na posljedice koje izaziva možda najbolje svjedoči razliku uspješnog i neuspješnog financijskog rezultata.

Kao problem prikazuje se neefikasno ponašanje stanovništva na globalnoj razini koja dovodi do očekivanih rezultata a to je nedostatak financijskog znanja koje može dovesti do neadekvatnog ponašanja, kao što je slučaj kod analize istraživanja provedenog na građanima Republike Hrvatske, financijsko ponašanje dobilo je lošiju ocjenu od financijskog znanja iste ispitane skupine. (Buljan Barbača & Čobanov, 2024)

Istraživanje provedeno u svezi financijskog ponašanja najznačajnija je komponenta financijske pismenosti i obuhvaća pitanja kojima se utvrđuje savjesnost i metodičnost pri vođenju vlastitih financija. Istraživanje je pokazalo da su građani u Hrvatskoj manje od pedeset posto od građana zemalja EU-a i OECD-a skloni tražiti savjete vezane uz financije od nezavisnog izvora. (Ministarstvo financija Republike Hrvatske, 2024)

Slika 4. Usporedba komponenti financijskog ponašanja



Izvor (Ministarstvo financija Republike Hrvatske, 2024)

Posljednjih godina bilježe se veliki trendovi u tehnološkim inovacijama i komunikaciji, te su isti znatno promijenili ponašanje stanovništva u odnosu sa financijskim ponašanjem. Uz takav brzi napredak, digitalizacija je postala zastupljena na svim razinama sa značajnim utjecajem između klijenta i banke. Primjerice do prije desetak godina uglavnom su klijenti pristupali banci, a sada banke pristupaju klijentima putem svih dostupnih kanala i kampanja. Potrebno je razvijati povjerenje i partnerski odnos s klijentima. (Poslovni hr, 2023)

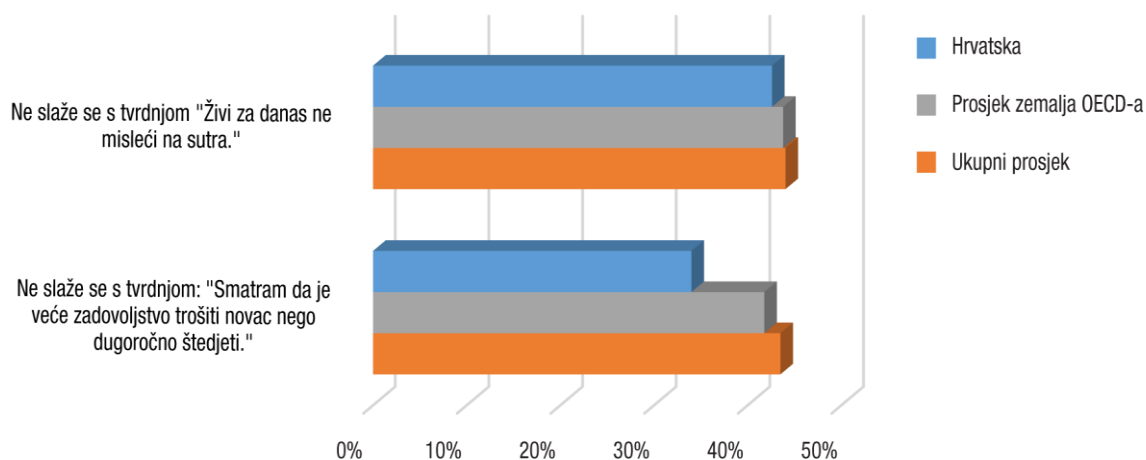
Dostupne informacije putem novih usluga i tehnologija bitno su utjecale na ponašanja klijenata a povratna veza modelirala nove oblike poslovanja banaka koje sada stoje na raspolaganju klijentima. Kako se navodi, zaključeno je da klijenti više vjeruju svojoj banci jer se percepcija potreba poslovanja s bankom se promijenila, a novi način komunikacije i interakcije temeljen na digitalnim rješenjima, samoposlužnim uređajima i kontinuiranoj digitalnoj edukaciji klijenata koja doprinosi kvalitetnijoj suradnji koja cijeni vrijeme klijenta i pravovremeno prepoznaje potrebe. (Poslovni hr, 2023)

### **2.3. ODNOS PREMA NOVCU**

Stupnjevi financijskog ponašanja, znanja i vještina koje imamo iznimno su važni za donošenje uspješnih i odgovornih financijskih odluka koje su sastavnica odnosa prema novcu. Novac je općeprihvaćeno sredstvo plaćanja, ali je i mjera vrijednosti u procesu razmjene roba i usluga. Unatoč njegovoj koristi i nužnosti, odlučivanje o novcu gotovo da ne može biti svedeno na razinu intuicije i može se nazvati vrlo zahtjevnim. (Barbić & Lučić, 2018)

Novac i odluke koje svakodnevno donosimo utječu na naš svakodnevni život, možemo ga gledati iz više perspektiva kao npr. kontekstu sigurnosti, emotivne stabilnosti, slobode i potrošačkih izbora. Prema istraživanju koje je provedeno u Hrvatskoj odnos prema novcu nam pokazuje kako i nadalje značajan dio građana u Hrvatskoj prednost daje potrošnji pred dugoročnom štednjom. Ujedno je to jedina komponenta financijske pismenosti u okviru koje su postignuti rezultati na svim pitanjima niži od prosjeka zemalja koje su sudjelovale u istraživanju i prosjeka zemalja OECD-a. (Ministarstvo financija Republike Hrvatske, 2024)

Slika 5. Usporedba komponenti odnosa prema novcu



Izvor <https://www.hanfa.hr/media/epjd4tgt/istra%C5%BEivanje-financijske-pismenosti-2023.pdf>

Kada se govori o novcu, treba se uzeti u obzir i kako se sa njim postupa. Samokontrola se uzima kao bitan faktor u odnosu prema novcu. Kada donosimo tu čvrstu odluku o štednji, dijeti ili tjelovježbi radimo to hladne glave, međutim trenutak poslije, pod utjecajem vanjskih podražaja, naše emocije se uzburkaju i više nemamo jednaku razinu predanosti, a niti samokontrole. (Barbić & Lučić, 2018)

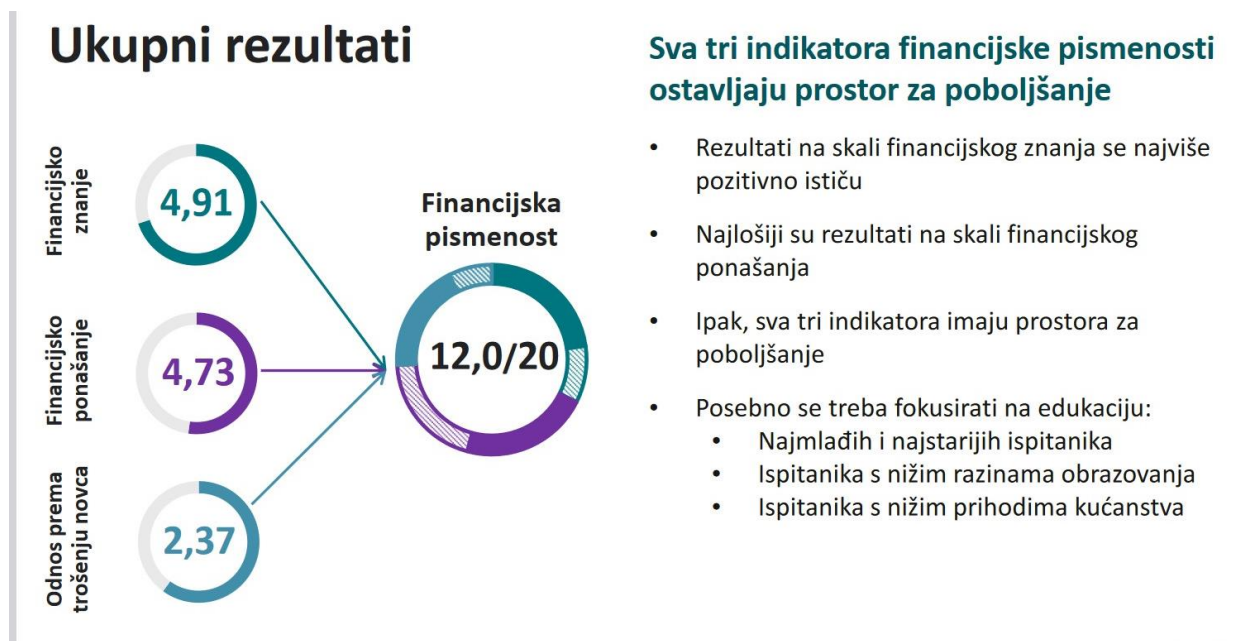
Financijski uspjeh zapravo nam je potvrda pozitivnog stava i mentaliteta te određenog stupnja osobne discipline i kontinuiranosti. Kontrola osobnog proračuna počinje pozitivnim odnosom prema novcu i stava da uspjeh jedino i isključivo ovisi o nama a ne o nekim okolnostima ili razini našeg dohotka. (Barbić & Lučić, 2018)

Niz osobina ličnosti ali i osobnih stanja utječu na način na koji trošimo novac, koji nakraju utječu i na sami rezultat naše financijske potrošnje i količine koju nakraju imamo.

### 3. FINANCIJKA EDUKACIJA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Financijska edukacija bitan je proces koji omogućuje svakom pojedincu da ovlada i unaprijedi svoje razumijevanje financijskih proizvoda i svih informacija koje su sa time povezani, a koji bitno pridonose razvijanju svijesti o financijskim rizicima i mogućnostima. Brzinom razvoja financijskog tržišta i svakodnevnu pojavu novih proizvoda i usluga, potrebe za financijskom edukacijom sve je potrebija, za donošenje kvalitetnih odluka pri odabiru pojedinog financijskog proizvoda ili usluga koji su primjereni vlastitim mogućnostima i očekivanjima. Tako u Hrvatskoj cjelokupni financijski sektor predvođen javnim supervizijskim tijelima i institucije koje putem svojih web platformi educiraju stanovništvo Hanfa u okviru svoje nadležnosti kontinuirano educira širu javnost, ali i specifične ciljne skupine, o temama u vezi s financijskim uslugama pa su kontinuirana mjerenja financijske pismenosti osnova za unaprjeđenje i daljnji razvoj edukativnih programa i tema prema potrebama građana. (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, 2023)

Slika 6. Sumarni rezultati istraživanja mjerenja financijske pismenosti i financijske uključenosti u Hrvatskoj



Izvor (HNB, HANFA, IPSOS, 2016)



### **3.1. TEMELJNI STUPOVI FINANCIJSKOG OBRAZOVANJA**

U Republici Hrvatskoj financijsko obrazovanje počiva u dvije skupine tj. dva stupa a to su:

Stup I – predstavlja formalno (redovito) obrazovanje. Glavnu ulogu ima Ministarstvo znanosti i obrazovanja u suradnji sa Agencijama za odgoj i obrazovanje. To je obrazovanje stečeno u obrazovnim ustanovama (predškolski, osnovna škola, srednja škola, ustanove višeg i visokog obrazovanja) koje nakon završetka dobivamo diplome i svjedodžbe.

Stup II – predstavlja neformalne oblike obrazovanja. Neformalne oblike obrazovanja provode profesionalne udruge, strukovna udruženja, nevladine udruge, financijske institucije i ostali dionici čija primarna nadležnost nije odgoj i obrazovanje. Neformalno obrazovanje treba biti potpora formalnom obrazovanju koje se može provoditi kroz niz adekvatnih mjera poput organiziranje tečajeva, radionica, seminara, izdavanje edukacijskih materijala te različitih oblika edukativnog informiranja za različite potrebe svake ciljane skupine. Temeljne ciljne skupine prema donesenom Zakonu (2024) Hrvatske putem Nacionalnog strateškog okvira članovi Operativne radne grupe, provode putem Akcijskih planova aktivnosti vezane uz financijsku pismenosti za pojedine ciljne skupine stanovništva, a koje mogu biti usmjerena na:

- djecu i mlade,
- odrasle mlade životne dobi,
- osobe koje ostvaruju prihode u svojoj radnoj dobi,
- osobe starije životne dobi (Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2021. do 2026. godine, NN 68/2021)

Ranjive skupine – treba uključivati u programe obrazovanja i edukacije kao što su poticanje na samozapošljavanje, razvijanje i jačanje poduzetničkih vještina korištenjem financijskih usluga i proizvoda, osnivanje mikro, mala i srednja poduzeća. Istraživanja su općenito pokazala da siromaštvo uzrokuje stres, osjećaj srama i nedostatak povjerenja što posljedično utječe na prekomjerno zaduživanje, trošenje, štednju manju od mogućnosti, uključivanje u igre na sreću i izbjegavanje traženja stručne pomoći. (Vlada Republike Hrvatske, 2024)

Djeca i mlađi u sustavu obrazovanja – potvrđena su istraživanja u kojima se navodi da djeca koja uče o financijskim tehnikama u ranijoj životnoj dobi imaju bolje stečene navike koje dovode do boljih rezultata i odgovornijim financijskim ponašanjem u starijoj dobi.

Osobe radne dobi koje ostvaruju prihode – određenim programima trebalo bi se stimulirati podizanje svijesti, digitalne i druge inovativne kampanje koje se tiču financija i financijskog znanja i pismenosti kao što su štednja, krizni fond, investiranje te mirovinski planovi.

Osobe starije životne dobi – programi su prilagođeni u smislu odabira određenih tema poput podizanje svijesti o financijskim prevarama, upoznavanje sa novim financijskim proizvodima i uslugama te potencijalnim rizicima i dr.

### **3.2. FINANCIJSKA PISMENOST U ZAKONODAVNOM KONTEKSTU**

Financijska pismenost u zakonodavnom kontekstu odnosi se na zakone, regulative i politike koje vlada i nadležne institucije usvajaju kako bi poboljšale financijsku pismenost građana. U Republici Hrvatskoj postoje zakonodavni okviri i inicijative koje se fokusiraju na unaprjeđenje financijske pismenosti.

Ulaskom u Europsku uniju i usvajanjem zajedničke pravne stečevine koji uključuje segment zaštite potrošača u financijskom sektoru. Zakona o stambenom potrošačkom kreditiranju (»Narodne novine«, broj 101/17.), koji je stupio na snagu u listopadu 2017 godine u kojem ugrađene odredbe koje se odnose na financijsku edukaciju potrošača. Tako su kreditna institucija i kreditni posrednik dužni, učiniti dostupnim, na vidljivom mjestu, u poslovnim prostorijama u kojima pružaju usluge potrošačima i na svojim mrežnim stranicama, jasne i općenite informacije na hrvatskom jeziku o postupku odobravanja stambenog potrošačkog kredita te informirati potrošače o mogućnosti dobivanja savjeta unutar savjetovaništa za zaštitu potrošača, ako ona postoje. (Vlada Republike Hrvatske, 2024)

Zakona o obveznim mirovinskim fondovima (»Narodne novine«, br. 19/14., 93/15., 64/18., 115/18. i 58/20.), Zakona o dobrovoljnim mirovinskim fondovima (»Narodne novine«, br. 19/14., 29/18. i 115/18.), Zakona o mirovinskim osiguravajućim društvima (»Narodne novine«, br. 22/14., 29/18. i 115/18) i Zakon o osiguranju (»Narodne novine«, br. 30/15., 112/18., 63/20. i 133/20.).

(Vlada Republike Hrvatske, 2024)

Kako bi se donesene odredbe provodile predviđeni su i prekršaji za postupanje suprotno zakonu. (European Union, 2018)

Slika 7. Prikaz odredbi koje uređuju financijsku pismenost

Zakon o obveznim mirovinskim fondovima	Zakon o dobrovoljnim mirovinskim fondovima	Zakon o mirovinskim osiguravajućim društvima	Zakon o osiguranju
mirovinsko društvo dužno je dio prihoda svake godine ulagati u osnaživanje financijske pismenosti građana Republike Hrvatske o individualnoj kapitaliziranoj štednji	mirovinsko društvo dužno je dio prihoda svake godine ulagati u osnaživanje financijske pismenosti građana Republike Hrvatske o dobrovoljnoj mirovinskoj štednji	uprava društva dužna je dio prihoda društva svake godine izdvajati na aktivnosti kojima se podržava osnaživanje financijske pismenosti građana Republike Hrvatske	članovi uprave društva za osiguranje dužni su osigurati da društvo za osiguranje dio prihoda svake godine izdvaja za aktivnosti kojima se podržava osnaživanje financijske pismenosti građana Republike Hrvatske

Izvor (Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2021. do 2026. godine, NN 68/2021)

### 3.3. DIONICI FINANCIJSKE EDUKACIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Različita državna tijela i agencije provode kroz različite obrazovne i edukativne oblike financijsko educiranje stanovništva. Ono daje najbolje rezultate kada su uključeni svi dionici, i zajedničkim snagama teže ka istom cilju. Prvi Nacionalni strateški okvir obilježila je suradnja između javnog i privatnog sektora s ciljem podizanja razine financijske pismenosti“ (Vlada Republike Hrvatske, 2024)

Dionike dijelimo na: javni sektor, privatni sektor i poslovna udruženja, i ostali.

#### 3.3.1. JAVNI SEKTOR

Javni sektor ima ključnu ulogu u provedbi financijske edukacije u Republici Hrvatskoj. Svojim aktivnostima i inicijativama usmjereni su na povećanje aktivnosti u korištenju financijskih alata što je od vitalnog značenja za ekonomski razvoj i stabilnost. Neke od bitnijih institucija u Republici Hrvatskoj koja imaju značajan utjecaj na financijsku edukaciju su:

- Ministarstvo financija – proračunska transparentnost (transparentni oblici stanovništvu kako se koristi javni novac) sukladno čl. 15. Zakona o proračunu (Narodne novine, br. 144/21), proračun i financijski plan donose se i izvršavaju u skladu s načelom transparentnosti, koje podrazumijeva pravodobno objavljivanje vjerodostojnih dokumenata, podataka i informacija na sustavan način. (Ministarstvo financija Republike Hrvatske, Ministarstvo financija Republike Hrvatske, 2024)
- Ministarstvo znanosti i obrazovanja – uvođenjem različitih programa u osnovne i srednje škole s ciljem da mladi steknu osnovna znanja o upravljanju novcem. „u kurikulum među predmetne teme »Poduzetništvo«, uvrštene su i teme u svezi ekonomske i financijske pismenosti. (Vlada Republike Hrvatske, 2024)
- Hrvatska narodna banka (HNB) – organizira različite kampanje usmjerene na podizanje svijesti o važnosti financijske pismenosti. Redovito objavljuju brošure i vodiče za potrošače. Svake godine sve veće zanimanje za financijske edukacije središnje banke, pokazuje podatak da je prošle godine čak 2679 učenika i studenata prisustvovalo edukacijama u HNB-u. (Hrvatska narodna banka , 2018)
- Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA) – nudi razne programe i edukacije poput tržište kapitala, osiguranja i mirovinskih fondova. HANFA često organizira webinare i nudi online resurse kako bi građani imali pristup informacijama o financijskim proizvodima i uslugama. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga početkom svake godine objavljuje poziv na suradnju u području financijske pismenosti i zaštite potrošača svim zainteresiranim dionicima. Pokrenuta je i nova, specijalizirana edukativna mrežna stranica »Novac za sutra«. (Vlada Republike Hrvatske, 2024)

Osima istaknutih organizacija i ostala javna tijela aktivno sudjeluju u financijskoj edukaciji stanovništva, a čine ih:

Ministarstvo financija (MFIN),

Porezna uprava – Središnji ured (PU),

Udruga društva za upravljanje mirovinskih fondova (UMFO),

Hrvatska gospodarska komora (HGK),

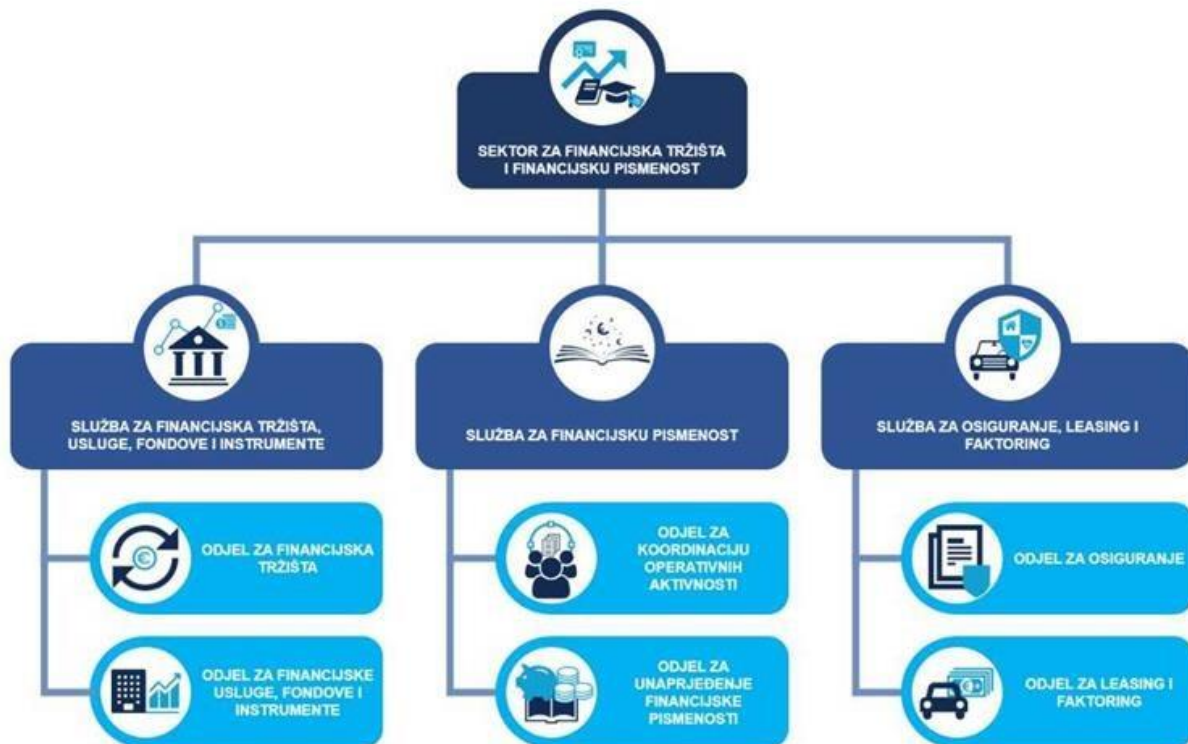
Agencija za odgoj i obrazovanje (AZOO),

Ministarstvo pravosuđa i uprave (MPU),

Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike (MRMSOSP),

Hrvatska udruga poslodavaca (HUP),  
 Hrvatski ured za osiguranje (HUO),  
 Financijska agencija (FINA),  
 Zagrebačke burza (ZSE),  
 Štedopis Institut za financijsko obrazovanje (Štedopis),  
 Savez samostalnih sindikata Hrvatske (SSSH),  
 Hrvatska udruga banaka (HUB),  
 Ministarstvo znanosti i obrazovanja (MZO),  
 Ekonomski fakultet Zagreb (EFZG),  
 Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (MINGOR),  
 Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA),  
 Hrvatska narodna banka (HNB),  
 Hrvatski institut za financijsku edukaciju (HIFE). (Aksijski plan za unaprijeđenje financijske pismenosti potrošača za 2021. 2022. godinu, 2021)

Slika 8. Financijska tržišta i financijska pismenost



Izvor <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/financijska-trzista-i-financijska-pismenost/3284>

### 3.3.2. PRIVATNI SEKTOR I POSLOVNA UDRUŽENJA

Privatni sektor i poslovna udruženja također igraju značajnu ulogu u promicanju financijske edukacije u Republici Hrvatskoj. Njihova uloga uključuje pružanje specijaliziranih programa, resursa i podrške kako bi građani i poslovni subjekti mogli bolje upravljati svojim financijama.

Privatni sektor:

- Banke i financijske institucije – mnoge banke organiziraju radionice, savjetovanja, seminare i webinare za svoje klijente i širu javnost. Teme koje se najčešće prolaze su investiranje, kreditiranje, štednja te upravljanje dugom. Alati koje banke nude na svojim web sjedištima su: kalkulator štednje, proračunski alat i edukativni videozapisi. Banke koje imaju odobrenje za rad prema popisu iz Hrvatske narodne banke, navedeni su podaci o njihovom osobnom identifikacijskom broju (OIB) koji im je dodijelila Porezna uprava Ministarstva financija i podaci o njihovom matičnom broju koji im je dodijelio Državni zavod za statistiku. (HNB, 2024)

Tablica 1. Popis banaka koje imaju odobrenje za rad na području Republike Hrvatske

OIB	Matični broj	Naziv banke
14036333877	01198947	Addiko Bank d.d., Zagreb
70663193635	00560286	Agram banka d.d., Zagreb
33039197637	01326287	Banka Kovanica d.d., Varaždin
32247795989	03467988	Croatia banka d.d., Zagreb
23057039320	03337367	Erste&Steiermärkische Bank d.d., Rijeka
87939104217	03777928	Hrvatska poštanska banka d. d., Zagreb
99326633206	00971359	Imex banka d.d., Split
65723536010	03463958	Istarska kreditna banka Umag d.d., Umag
38182927268	00675539	J&T banka d.d., Varaždin
08106331075	03123014	Karlovačka banka d.d., Karlovac
73656725926	01263986	KentBank d.d., Zagreb
52508873833	03141721	OTP banka d.d., Split
71221608291	03726177	Partner banka d.d., Zagreb
97326283154	03015904	Podravska banka d.d., Koprivnica

OIB	Matični broj	Naziv banke
02535697732	03269841	Privredna banka Zagreb d.d., Zagreb
53056966535	00901717	Raiffeisenbank Austria d.d., Zagreb
13806526186	03113680	Samoborska banka d.d., Samobor
42252496579	03999092	Slatinska banka d.d., Slatina
92963223473	03234495	Zagrebačka banka d.d., Zagreb

Izvor <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/supervizija/popis-kreditnih-institucija>

Poslovna udruženja:

- Hrvatska gospodarska komora (HGK) – organizira razne edukativne programe i radionice za poduzetnike i poslovne subjekte. Najčešće teme su upravljanje financijama, poslovno planiranje i računovodstvo. Nudi savjetodavne usluge koje pomažu tvrtkama u boljem razumijevanju financijskih propisa i optimizaciji poslovanja.
- Hrvatska udruga poslodavaca (HUP) – organizira edukativne programe usmjerene na poslodavce s ciljem poboljšanja njihovog razumijevanja financijskih tržišta i upravljanja poslovnim financijama. Potiče pismenost među zaposlenima.
- Udruge za zaštitu potrošača – organiziraju se radionice i oglašavaju se prava i mogućnosti potrošača o njihovim financijskim transakcijama.

### 3.3.3. OSTALI SUDIONICI

Pod ostalim dionicima spadaju privatne obrazovne ustanove i različiti kanali medija kao npr. radio stanice, televizijski programi, oglasne i reklamne ploče, novine i časopisi, financijski vodiči i članci, kolumne i blogovi te društvene mreže kao što su to YouTube kanali, Instagram i Facebook zajednice. Svi ovi mediji igraju ključnu ulogu u promicanju financijske pismenosti kroz razne platforme koje dopiru do široke publike i pružaju građanima potrebne informacije, alate i savjete za bolje razumijevanje i upravljanje njihovim informacijama. Njihova rasprostranjenost i lako korištenje olakšavaju i čine dostupnim svima od najmlađih generacija pa do starije životne dobi.

## **4. ANALIZA DOSTUPNOSTI NEFORMALNOG FINANCIJKOG OBRAZOVANJA NA WEB SJEDIŠTIMA HRVATSKIH BANAKA**

Neformalno financijsko obrazovanje odnosi se ponajviše na kreditne institucije koje uključuju banke, štedne banke i stambene štedionice koje ih provode u najširoj mjeri. Istraživanje je usmjereno na banke i to njih devetnaest koje imaju dozvolu, odnosno odobrenje za rad na području Republike Hrvatske.

Za analizi je uzeta ciljana skupina a to su slabovidnije<sup>1</sup> osobe tj. osobe sa smanjenom vidnom oštrinom<sup>2</sup>.

U današnje vrijeme kada su digitalni mediji postali jedan od vodećih alata u dostupnosti informacija nikako ne treba izostaviti i prilagodbe koje su napravljene za ljude sa slabijom vidnom oštrinom. Prema propisanim standardima koje donosi Europska unija (2018) provedbena odluka komisije (EU) 2018/2048o usklađenoj normi za internetske stranice i mobilne aplikacije izrađene za potrebe direktive (EU) 2016/2102 Europskog parlamenta i Vijeća (European Union, 2018). Europska direktiva zahtijeva od svih web sjedišta i aplikacija javnog sektora u Europskoj uniji da implementiraju, provedu i održavaju set standarda pristupačnosti koji će omogućiti da svi članovi društva (kao primjerice slabovidne ili potrebite osobe) imaju pristup informacijama od javnog značaja. (Netokracija, 2020). Neke od glavnih kriterija prema World Wide Web Consortium (W3C)<sup>3</sup> razvija standarde i smjernice kako bi svima pomogao izgraditi web temeljen na načelima pristupačnosti, internacionalizacije, privatnosti i sigurnosti. (The World Wide Web Consortium (W3C) , 2024)

Banke su morale adaptirati svoja web sjedišta određenim formama kako bi olakšala preglednost. Smjernice od strane EU i formiranje putem W3C obrazaca, nalažu neke od kriterija a to su: što veći font slova, razmaci između slova, kontrast naslova i podloge, boja, slike. Korištenjem smjernica omogućeno je i slabovidnima osobama lakše snalaženje u pregledavanju web stranica. Naslovi su lakše pregledni i vidljivi, što igra bitnu ulogu. Veličina slova trebala bi biti prema CARNet-u<sup>4</sup> tj. odgovarati veličini fonta 12 pt. Kada preračunamo 12 pt dobijemo veličinu od 4,23 milimetra.

---

<sup>1</sup> Slabovidnost je pojam koji označava razinu vida pri kojoj je vidna oštrina manja od 50 posto, nedostatna je za normalnu funkciju vida, a vid se ne može popraviti naočalama, kontaktnim lećama ili liječenjem. Razlog takvog stanja leži u oštećenju oka ili moždanih centrala. (Laser ri poliklinika, 2024)

<sup>2</sup> Vidna oštrina je kvantitativna mjera funkcije vida i sposobnost oka da razabire fine detalje jasno razlikujući dvije točke odvojene kutem od jedne lučne minute u fokusu na određenoj udaljenosti. (Sv. Katarina specijalna bolnica, 2024)

<sup>3</sup> World Wide Web Consortium je organizacija koja se bavi standardizacijom tehnologija korištenih na webu. Osnovana je u listopadu 1994. godine u suradnji između Massachusetts Institute of Technology i Europske organizacije.

<sup>4</sup> Hrvatska akademska i istraživačka mreža <https://www.carnet.hr/>



(Hrvatska akademska i istraživačka mreža – CARNet, 2017). Pravilan izbor boja koji broji devet boja preporučenih za tekst prilagođen slabovidnim osobama uključujući crnu i bijelu, a tu su još pastelne nijanse plave, žute, zlatne, zelene, smeđe, ljubičaste i crvene (Sveučilište u Zagrebu Grafički fakultet, 2014) sa izraženim međusobnim kontrastom, osobito na web stranicama koje uz sami tekst sadrže značajne količine fotografija i videa sa uputama za korištenje.

#### 4.1.PRISTUPAČNOST WEB SJEDIŠTA BANAKA SLABOVIDNIM OSOBAMA

Pod pojmom pristupačnost misli se koliko je web sjedište dostupno i funkcionalno za sve korisnike uključujući i slabovidne osobe. Neke od glavnih značajki pristupačnosti su: podrška za pomoćne tehnologije, tekstualni opisi za slike, kontrast boja, navigacija putem tipkovnica, jasni i razumljivi sadržaj i dr. Za analizu pristupačnosti web sjedišta banaka za slabovidne osobe uzet je popis banaka koje imaju odobrenje za rad koja se nalazi na stranici Hrvatske narodne banke<sup>5</sup>. Za analizu su uzeta dva kriterija. Prvi kriterij je veličina slova u glavnim izbornicima kao npr. krediti, police životnog osiguranja, usluge itd. Drugi uključuje istraživanje zastupljenost boja ( crna, bijela, žuta, plava, zelena, ljubičasta, crvena, zlatna, smeđa) i postojanje kontrasta u podlozi i naslovima. Treći kriterij povezan je sa drugim kriterijem u kojem se navodi koje boje su zastupljene.

Tablica 2. Prikaz zastupljenosti veličine slova, boja i kontrast u glavnim naslovima na web sjedištima banaka

	Banka	Web sjedište	Veličina slova	Zastupljenost boja i kontrasnost	Boje
1.	Addiko Bank d.d., Zagreb	<a href="https://www.addiko.hr/">https://www.addiko.hr/</a>	12 mm	da	kontrast crveno-bijela
2.	Agram banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.agrambanka.hr/">https://www.agrambanka.hr/</a>	5 mm	da	kontrast plavo-bijela
3.	Banka Kovanica d.d., Varaždin	<a href="https://www.kovanica.hr/">https://www.kovanica.hr/</a>	3 mm	ne	
4.	Croatia banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.croatiabanka.hr/naslovnica/">https://www.croatiabanka.hr/naslovnica/</a>	4 mm	ne	
5.	Erste&Steiermärkische Bank d.d., Rijeka	<a href="https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo">https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo</a>	12 mm	da	kontrast plavo-bijela

<sup>5</sup> <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/supervizija/popis-kreditnih-institucija>

	Banka	Web sjedište	Veličina slova	Zastupljenost boja i kontrastnost	Boje
6.	Hrvatska poštanska banka d. d., Zagreb	<a href="https://www.hpb.hr/">https://www.hpb.hr/</a>	5 mm	da	kontrast crveno-bijela
7.	Imex banka d.d., Split	<a href="https://www.imexbanka.hr/">https://www.imexbanka.hr/</a>	5 mm	da	kontrast plavo-bijela
8.	Istarska kreditna banka Umag d.d., Umag	<a href="https://ikb.hr/">https://ikb.hr/</a>	4 mm	da	kontrast plavo-bijela
9.	J&T banka d.d., Varaždin	<a href="https://www.jtbanka.hr/">https://www.jtbanka.hr/</a>	3 mm	ne	
10.	Karlovačka banka d.d., Karlovac	<a href="https://www.kaba.hr/">https://www.kaba.hr/</a>	4 mm	da	kontrast ljubičasto-bijela
11.	KentBank d.d., Zagreb	<a href="https://www.kentbank.hr/">https://www.kentbank.hr/</a>	4 mm	da	crna
12.	OTP banka d.d., Split	<a href="https://www.otpbanka.hr/">https://www.otpbanka.hr/</a>	3 mm	da	zelena
13.	Partner banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.paba.hr/">https://www.paba.hr/</a>	2 mm	ne	
14.	Podravska banka d.d., Koprivnica	<a href="https://www.poba.hr/">https://www.poba.hr/</a>	5 mm	da	kontrast narančasto-bijela
15.	Privredna banka Zagreb d.d., Zagreb	<a href="https://www.pbz.hr/gadjani">https://www.pbz.hr/gadjani</a>	11 mm	da	kontrast narančasto-bijela
16.	Raiffeisenbank Austria d.d., Zagreb	<a href="https://www.rba.hr/">https://www.rba.hr/</a>	10 mm	da	kontrast crno-bijela-žuta
17.	Samoborska banka d.d., Samobor	<a href="https://www.sabank.hr/">https://www.sabank.hr/</a>	3 mm	ne	
18.	Slatinska banka d.d., Slatina	<a href="https://www.slatinska-banka.hr/">https://www.slatinska-banka.hr/</a>	10 mm	da	kontrast žuto-crna
19.	Zagrebačka banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.zaba.hr/home/">https://www.zaba.hr/home/</a>	4 mm	da	kontrast crno-bijela-crvena

Kriterij 1 – od devetnaest banaka koje su uzete za mjerenje tri banke imaju zadovoljen kriterij veličine slova 12 mm, dvije banke 10 mm, četiri banke 5 mm, pet banaka po 4 mm, pet banaka po 3 mm.

Kriterij 2 – od devetnaest web sjedišta hrvatskih banaka koje su pregledane u četrnaest banaka su prisutna zastupljenost boja i kontrasta, dok u ostalih pet nema.

Kriterij 3 – od devetnaest banaka koje smo u kriteriju 2 gledali, u kriteriju 3 smo naveli koje su to boje prisutne na web sjedištima banaka a to su: plavo-bijeli kontrast u četiri banke, crveno-bijeli

kontrast u dvije banke, narančasto-bijeli kontrast u dvije banke, ljubičasto-bijeli kontrast u jednoj banci, žuto-crni kontrast u jednoj banci, crno-bijelo-žuti kontrast u jednoj banci, crno-bijelo-crveni kontrast u jednoj banci, zelena u jednoj banci i crna u jednoj banci.

## 4.2. PREGLEDNOST WEB SJEDIŠTA

Pod pojmom preglednost web sjedišta uzeta je lakoća i jednostavnost korištenje, te razumijevanje za sve korisnike web-a. Neke od glavnih značajki preglednosti uključuju:

jednostavnost navigacije (lakoća pronalaska informacija, jasno strukturirane stranice), intuitivan dizajn, efikasnost (korisnici brzo mog obaviti svoje zadatke), učinkovitost (minimalan broj grešaka) i zadovoljstvo korisnika.

U analizi uzet je kriterij jasne navigacije – koliko je lako pronaći informacije o financijskoj pismenosti na početnoj strani web sjedišta banke. Pod pojmom financijske pismenosti misli se na bilo kakav edukativan materijal koji će koristiti u educiranju, znanju i načinu korištenja različitih financijskih pojmova svim posjetiteljima web sjedišta. Uzet je i vremenski okvir od 2 minute od trenutka dolaska na web sjedište banke za pronalazak željene informacije. Traženi je pojam ekvivalentan u financijskoj pismenosti.

Tablica 3. Vidljivost financijske pismenosti na početnoj strani web sjedišta banaka

	Banka	Web sjedište	Vidljivost financijske pismenosti na početnoj strani web sjedišta	
			DA	NE
1.	Addiko Bank d.d., Zagreb	<a href="https://www.addiko.hr/">https://www.addiko.hr/</a>	+	
2.	Agram banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.agrambanka.hr/">https://www.agrambanka.hr/</a>		+
3.	Banka Kovanica d.d., Varaždin	<a href="https://www.kovanica.hr/">https://www.kovanica.hr/</a>		+
4.	Croatia banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.croatiabanka.hr/naslovnica/">https://www.croatiabanka.hr/naslovnica/</a>		+
5.	Erste&Steiermärkische Bank d.d., Rijeka	<a href="https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo">https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo</a>	+	
6.	Hrvatska poštanska banka d. d., Zagreb	<a href="https://www.hpb.hr/">https://www.hpb.hr/</a>		+
7.	Imex banka d.d., Split	<a href="https://www.imexbanka.hr/">https://www.imexbanka.hr/</a>		+
8.	Istarska kreditna banka Umag d.d., Umag	<a href="https://ikb.hr/">https://ikb.hr/</a>	+	
9.	J&T banka d.d., Varaždin	<a href="https://www.jtbanka.hr/">https://www.jtbanka.hr/</a>		+

	Banka	Web sjedište	Vidljivost financijske pismenosti na početnoj strani web sjedišta	
10.	Karlovačka banka d.d., Karlovac	<a href="https://www.kaba.hr/">https://www.kaba.hr/</a>		+
11.	KentBank d.d., Zagreb	<a href="https://www.kentbank.hr/">https://www.kentbank.hr/</a>		+
12.	OTP banka d.d., Split	<a href="https://www.otpbanka.hr/">https://www.otpbanka.hr/</a>	+	
13.	Partner banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.paba.hr/">https://www.paba.hr/</a>		+
14.	Podravska banka d.d., Koprivnica	<a href="https://www.poba.hr/">https://www.poba.hr/</a>		+
15.	Privredna banka Zagreb d.d., Zagreb	<a href="https://www.pbz.hr/gradjani">https://www.pbz.hr/gradjani</a>	+	
16.	Raiffeisenbank Austria d.d., Zagreb	<a href="https://www.rba.hr/">https://www.rba.hr/</a>	+	
17.	Samoborska banka d.d., Samobor	<a href="https://www.sabank.hr/">https://www.sabank.hr/</a>		+
18.	Slatinska banka d.d., Slatina	<a href="https://www.slatinska-banka.hr/">https://www.slatinska-banka.hr/</a>		+
19.	Zagrebačka banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.zaba.hr/home/">https://www.zaba.hr/home/</a>	+	

Kriterij – dobiveni su rezultati od devetnaest banaka u sedam banaka ima istaknuto na početnom sučelju ili izborniku financijsku pismenost, edukaciju ili informiranje. Vremenski period od 2 minute bio je vremenski okvir unutar kojeg je tražen pojam. Kod ostalih dvanaest banaka nije pronađen istraživani pojam u zadanom vremenskom okviru.

#### 4.3. DOSTUPNI PROGRAMI FINANCIJSKE EDUKACIJE

Financijska edukacija kao što je ranije navedemo bitan je dio osobnog i profesionalnog razvoja zbog toga razne javne i privatne organizacije nastoje različitim materijalima i alatima omogućiti široj javnosti njihovu dostupnost kroz različite medije. Banke i financijske institucije često nude svojim korisnicima besplatne radionice i webinare o osnovama financijskog upravljanja kao npr. planiranje proračuna, investiranje i upravljanje dugovima. Mnoge banke imaju online edukativne tečajeve dostupne svojim klijentima. Kriterijem analize pregledano je devetnaest sjedišta hrvatskih banaka i zabilježeno koliko od njih na svojim stranicama imaju javno dostupni edukativni materijal, videa.

Tablica 4. Dostupnost sadržaja financijske edukacije na web sjedištima hrvatskih banaka

	Banke	Web sjedišta	Postojanost financijskog edukacijskog programa na web sjedištima banaka	
			DA	NE
1	Addiko Bank d.d., Zagreb	<a href="https://www.addiko.hr/">https://www.addiko.hr/</a>	+	
2	Agram banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.agrambanka.hr/">https://www.agrambanka.hr/</a>		+
3	Banka Kovanica d.d., Varaždin	<a href="https://www.kovanica.hr/">https://www.kovanica.hr/</a>		+
4	Croatia banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.croatiabanka.hr/naslovnica/">https://www.croatiabanka.hr/naslovnica/</a>		+
5	Erste&Steiermärkische Bank d.d., Rijeka	<a href="https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo">https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo</a>	+	
6	Hrvatska poštanska banka d. d., Zagreb	<a href="https://www.hpb.hr/">https://www.hpb.hr/</a>		+
7	Imex banka d.d., Split	<a href="https://www.imexbanka.hr/">https://www.imexbanka.hr/</a>		+
8	Istarska kreditna banka Umag d.d., Umag	<a href="https://ikb.hr/">https://ikb.hr/</a>	+	
9	J&T banka d.d., Varaždin	<a href="https://www.jtbanka.hr/">https://www.jtbanka.hr/</a>		+
10	Karlovačka banka d.d., Karlovac	<a href="https://www.kaba.hr/">https://www.kaba.hr/</a>		+
11	KentBank d.d., Zagreb	<a href="https://www.kentbank.hr/">https://www.kentbank.hr/</a>		+
12	OTP banka d.d., Split	<a href="https://www.otpbanka.hr/">https://www.otpbanka.hr/</a>	+	
13	Partner banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.paba.hr/">https://www.paba.hr/</a>	+	
14	Podravska banka d.d., Koprivnica	<a href="https://www.poba.hr/">https://www.poba.hr/</a>		+
15	Privredna banka Zagreb d.d., Zagreb	<a href="https://www.pbz.hr/gradjani">https://www.pbz.hr/gradjani</a>	+	
16	Raiffeisenbank Austria d.d., Zagreb	<a href="https://www.rba.hr/">https://www.rba.hr/</a>	+	
17	Samoborska banka d.d., Samobor	<a href="https://www.sabank.hr/">https://www.sabank.hr/</a>		+
18	Slatinska banka d.d., Slatina	<a href="https://www.slatinska-banka.hr/">https://www.slatinska-banka.hr/</a>		+
19	Zagrebačka banka d.d., Zagreb	<a href="https://www.zaba.hr/home/">https://www.zaba.hr/home/</a>	+	

Kriterij – od devetnaest uspoređivanih banaka osam banaka ima uvršteno na svojim web sjedištima financijski edukativni program. Jedanaest banaka nema nikakav financijski edukativni program.

## 5. ZAKLJUČAK

Financijska pismenost postala je ključna za donošenje racionalnih odluka u suvremenom društvu. Ona prožima sve aspekte života, od osobnih financija, poput upravljanja štednjom i zaduživanjem, do složenijih odluka koje uključuju investicije i upravljanje poslovnim financijama. Financijski obrazovani građani imaju veću sposobnost planiranja budućnosti, smanjenja rizika od prekomjernog zaduživanja te bolje pripreme za nepredviđene financijske okolnosti, što doprinosi cjelokupnoj stabilnosti društva.

Kako bi se unaprijedila financijska pismenost, država i financijski sektor kontinuirano ulažu napore u promoviranje neformalnog financijskog obrazovanja. Banke, kao najvažnije kreditne institucije, koriste razne alate za edukaciju svojih korisnika. Ti alati uključuju edukativne članke, računalne programe i digitalne medije, putem kojih potrošači mogu dobiti osnovne i napredne informacije o financijskim proizvodima i pojmovima. Posebna pažnja posvećuje se prilagodbi tih alata kako bi bili dostupni i osobama s posebnim potrebama, poput slabovidnih osoba, čime se osigurava inkluzivnost u financijskom obrazovanju.

Istraživanje provedeno u okviru ovog rada potvrdilo je hipotezu da su web sjedišta hrvatskih banaka prilagođena potrebama slabovidnih osoba. Od 19 analiziranih banaka, njih 14 prilagodilo je svoja web sjedišta na način da omogućuju lakšu navigaciju i pristup informacijama, koristeći veće fontove, kontrastne boje i druge elemente dizajna prilagođene slabovidnim osobama. Ovo predstavlja značajan korak prema digitalnoj inkluziji i omogućavanju jednakih uvjeta za sve korisnike.

Međutim, hipoteza da sve hrvatske banke imaju lako dostupne programe financijskog obrazovanja djelomično je odbačena. Iako postoji napredak u pružanju edukativnih materijala, istraživanje je pokazalo da samo 8 od 19 banaka nudi lako dostupne programe financijskog obrazovanja na svojim web sjedištima. Unatoč postignutim rezultatima u prilagodbi web sjedišta i pružanju edukativnih sadržaja, potrebno je nastaviti raditi na poboljšanju dostupnosti financijskog obrazovanja. Posebno je važno osigurati da su edukativni programi lako dostupni svim korisnicima, uključujući ranjive skupine poput slabovidnih osoba.

## POPIS LITERATURE:

- Akcijski plan za unaprijeđenje financijske pismenosti potrošača za 2021. 2022. godinu.* (23. 6 2021). Dohvaćeno iz Akcijski plan za unaprijeđenje financijske pismenosti potrošača za 2021. 2022. godinu: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021\\_06\\_68\\_1317.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_06_68_1317.html)
- Barbić, D., & Lučić, A. (2018). *Financijska pismenost i odgovorna potrošnja u svakodnevnom životu*. Zagreb: Narodne novine.
- Buljan Barbača, D., & Čobanov, A. (11. 7 2024). *Republika Hrvatska Ministarstvo znanosti, obrazovanja i mladih*. Dohvaćeno iz Financijska pismenost i financijsko ponašanja: <https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-skup/695707>
- European Union. (21. 12 2018). Dohvaćeno iz PROVEDBENA ODLUKA KOMISIJE (EU) 2018/2048: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=celex%3A32018D2048>
- HNB. (12. 7 2024). Dohvaćeno iz Kreditne institucije: <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/supervizija/popis-kreditnih-institucija>
- HNB, HANFA, IPSOS. (2016). *Mjerenje financijske pismenosti i financijske uključenosti u Hrvatskoj*. Dohvaćeno iz [https://www.hnb.hr/documents/20182/499482/hp04022016\\_prezentacija.pdf/120e9a61-eb20-4410-8efe-372a6e27afde?t=1455521700330](https://www.hnb.hr/documents/20182/499482/hp04022016_prezentacija.pdf/120e9a61-eb20-4410-8efe-372a6e27afde?t=1455521700330)
- Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga. (2-21. 3 2023). Preuzeto 16. 7 2024 iz Rezultati HANFA i istraživanja: <https://www.hanfa.hr/potrosaci/edukacije/istrazivanja/rezultati-hanfinih-istrazivanja/>
- Hrvatska akademska i istraživačka mreža – CARNet. (2017). Dohvaćeno iz Standardi pristupačnosti: <https://www.carnet.hr/wp-content/uploads/2019/01/Prilog-1-DOS-standardi-pristupacnosti-1-18-1.pdf>
- Hrvatska narodna banka . (15. 2 2018). Dohvaćeno iz Financijska pismenost sredstvo je preživljavanja u suvremenom svijetu: [https://www.hnb.hr/-/financijska-pismenost-je-alat-prezvljavanja-u-suvremenom-svijetu?p\\_1\\_back\\_url=%2Fweb%2Fguest%2Fpretraga%3Fq%3Dfinancijska%2Bedukacija%2Bu%2Bhrvatskoj](https://www.hnb.hr/-/financijska-pismenost-je-alat-prezvljavanja-u-suvremenom-svijetu?p_1_back_url=%2Fweb%2Fguest%2Fpretraga%3Fq%3Dfinancijska%2Bedukacija%2Bu%2Bhrvatskoj)
- Laser ri poliklinika. (19. 7 2024). Dohvaćeno iz Slabovidnost: <http://poliklinika-laser-ri.hr/slabovidnost/>
- Ministarstvo financija Republike Hrvatske. (10. 7 2024). *Financijska pismenost građana*. Dohvaćeno iz <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/financijska-trzista-i-financijska-pismenost/financijska-pismenost-potrosaca/financijska-pismenost-potrosaca-novosti/3258>
- Ministarstvo financija Republike Hrvatske. (18. 7 2024). *Ministarstvo financija Republike Hrvatske*. Dohvaćeno iz Državna riznica: <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/drzavna-riznica/transparentnost-3642/3642>
- Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2021. do 2026. godine, NN 68/2021 . (18. 6 2021). Dohvaćeno iz NN 68/2021 (23.6.2021.), Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2021. do 2026. godine: <https://www.zakon.hr/cms.htm?id=49099>
- Poslovni hr. (01.. 06. 2023). Preuzeto 11. 07 2024 iz Educiramo klijente za učinkovito korištenje digitalnih kanala kako bi iskoristili sve benefite modernog bankarstva: <https://www.poslovni.hr/financije/educiramo-klijente-za-ucinkovito-koristenje-digitalnih-kanala-kako-bi-iskoristili-sve-benefite-modernog-bankarstva-4392512>
- Sv. Katarina specijalna bolnica. (19. 7 2024). Dohvaćeno iz Vidna oštrina: <https://www.svkatarina.hr/oftalmologija/ispitivanje-vidne-ostriine>
- Sveučilište u Zagrebu Grafički fakultet. (2014). Dohvaćeno iz Prilagodba medija slabovidnim osobama: [https://eprints.grf.unizg.hr/2210/1/DB396\\_Vuger\\_Neven.pdf](https://eprints.grf.unizg.hr/2210/1/DB396_Vuger_Neven.pdf)
- The World Wide Web Consortium (W3C) . (2024). Dohvaćeno iz Making the Web work:

<https://www.w3.org/>

Vretenar Cobović, M., Miklošević, I., & Vujčić, J. (5. 07 2024). Važnost financijskog znanja i opismenjavanja stanovništva u okviru svakodnevne financijske edukacije. *Marsonia*, 109-121. Dohvaćeno iz HRČAK.SRCE: <https://hrcak.srce.hr/file/408659>



## Popis slika:

Slika 1. Prikaz sastavnica financijske pismenosti .....	3
Slika 2. Odnos među komponentama financijske pismenosti.....	4
Slika 3. Usporedba komponenti financijskog znanja .....	5
Slika 4. Usporedba komponenti financijskog ponašanja .....	6
Slika 5. Usporedba komponenti odnosa prema novcu .....	8
Slika 6. Sumarni rezultati istraživanja mjerenja financijske pismenosti i financijske uključenosti u Hrvatskoj .....	9
Slika 7. Prikaz odredbi koje uređuju financijsku pismenost .....	12
Slika 8. Financijska tržišta i financijska pismenost .....	14

## Popis tablica:

Tablica 1. Popis banaka koje imaju odobrenje za rad na području Republike Hrvatske .....	15
Tablica 2. Prikaz zastupljenosti veličine slova, boja i kontrast u glavnim naslovima na web sjedištima banaka .....	18
Tablica 3. Vidljivost financijske pismenosti na početnoj strani web sjedišta banaka.....	20
Tablica 4. Dostupnost sadržaja financijske edukacije na web sjedištima banaka <b>Error! Bookmark not defined.</b>	